

№ 2, 2018

СИЛА систем

СПОРТ, ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА:
ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ



16 +

СИЛА систем

Междисциплинарный научный журнал. Выходит четыре раза в год.

№2 / 2018

Главный редактор:

Ермаков Иван Александрович, к.э.н., доцент кафедры логистики Государственного университета управления, г.Москва

Редакция:

Петухов Даниил Валерьевич, к.э.н., доцент (РАНХиГС), заместитель главного редактора
Белова Светлана Сергеевна, к.э.н. (ФГБОУ ВО ГУУ)

Филиппов Егор Евгеньевич, к.э.н. (ООО «Яндекс»)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Аникин Борис Александрович	– д.э.н., проф., заведующий кафедрой логистики ФГБОУ ВО ГУУ
Канке Алла Анатольевна	– к.э.н., проф., директор Высшей школы бизнеса ФГБОУ ВО ГУУ
Петухов Валерий Иванович	– д.м.н., проф., Балтийская Международная Академия (Латвия)
Аверин Александр Владимирович	– к.филос.н., доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ
Орчаков Олег Александрович	– к.п.н., доц., заместитель директора института дополнительного образования ГАОУ ВО МГПУ
Скворцов Ярослав Львович	– к.соц.н., доц., декан факультета Международной журналистики МГИМО (У) МИД РФ
Грязнов Леонид Эдуардович	– к.э.н., генеральный директор ЗАО «Горизонт-Холдинг»

Партнёром журнала «СИЛА систем» по научной, образовательной и выставочной деятельности является Высшая школа бизнеса Государственного университета управления.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77 - 64443 от 31 декабря 2015 г.

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Статьи, поступающие в редакцию, проходят рецензирование. Авторы статей несут ответственность за достоверность изложенных в статьях сведений, фактов, данных. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Почтовый адрес редакции: 115054, Россия, г. Москва, Озерковская набережная, д. 44, кв. 9.

Фактический адрес редакции: г. Москва, Озерковская набережная, д. 44, кв. 9.

Телефон: +7 916 622-74-87

E-mail: petdan@mail.ru, ermakov@7pravil.ru;

<http://powerofsystem.com/>

Учредитель и издатель: редакция журнала «СИЛА систем». Цена свободная.

Отпечатано с готового оригинал-макета в Издательском доме ФГБОУ ВО «ГУУ»: 109542, Москва, Рязанский проспект, 99, Учебный корпус, ауд. 106

Тел./факс: (495) 371-95-10. E-mail: id@guu.ru, roguu115@gmail.com

www.id.guu.ru, www.guu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

От редакции	6	Editor's board
Воронов С.А. Анализ перспективных тенденций развития корпоративного управления в банковском секторе Российской Федерации	7	Voronov S.A. Analysis of prospective trends of corporate governance in the banking sector of the Russian Federation
Гаврилов Д.О., Родионова А.Г. Системные проблемы развития и обеспечения конкурентоспособности киберспортивной индустрии	13	Gavrilov D., Rodionova A. System problems of development and ensuring competitiveness of cybersport industry
Кузнецов Евгений Юрьевич Организация системного подхода к развитию киберспорта на уровне университетов	17	Evgeniy Y. Kuznetsov Organization of a system approach to the development of e-sports at the university level
Горайнова Мария Алексеевна Проблемы правового регулирования в сфере туризма	20	Maria A. Goryainova Problems of legal regulation in the tourism sector
Дементьев Д.А. Разработка SMM-стратегий в индустрии туризма	25	Dementiev D.A. SMM-strategies development in the tourism industry
Ермакова П.А. Роль эко-отелей в создании конкурентной среды в сфере гостеприимства	29	Polina A. Ermakova The role of eco-hotels in creating a competitive environment in the hospitality industry
Черткова Анастасия Александровна Событийный туризм как движущий фактор социально-экономического развития регионов	32	Anastasia A. Chertkova Event tourism as a driving factor of social and economic development of the regions

Чернышенко Н.С., Козлов Д.В., Диев Н.Д. Развитие туристической инфраструктуры города Москвы как первый шаг к масштабным изменениям в туристической отрасли	36	Chernyshenko N.S., Kozlov D.V., Diev N.D. Development of touristic infrastructure in Moscow as the first step towards large- scale changes in the tourism industry
Клюкина Вера Андреевна Подготовка спортивных менеджеров в России и за рубежом	43	Vera A. Klyukina Training of sports managers in Russia and abroad
Забелла Ирина Александровна, Луценко Анна Ярославовна Особенности управления персоналом в сфере спорта	47	Irina A. Zabella, Anna Y. Lutsenko Features of personnel management in sports
Поплавский А.В. Современные проблемы кадрового обеспечения в системе российского спорта	52	Poplavsky A.V. The modern problems of personnel supply in the system of Russian sports
Микрюкова Дарья Васильевна Современные проблемы кадрового обеспечения студенческого спорта (на примере г. Москвы)	57	Darya V. Mikryukova Modern problems of staffing of student sports (on the example of Moscow)
Кимайкина Е.К., Решетников А.М. Особенности и перспективы развития натурализации в современном российском спорте	62	Kimaykina E.K., Reshetnikov A.M. Features and perspectives of naturalization development in modern Russian sports
Прискокова Т.В. Организационные и правовые аспекты развития молодежного спорта среди инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья	66	Priskokova T.V. Organizational and legal aspects of the development of youth sports among disabled people and people with disabilities

От редакции

Добрый день, уважаемые читатели!

Сейчас, когда вы читаете эти строки, уже завершился своё шествие по нашей стране Чемпионат мира по футболу – 2018, выявлен победитель, разъехались по домам счастливые и огорчённые болельщики разных стран. Однако проблемы, возникающие при организации крупных спортивных мероприятий, размещении и обслуживании порождённого такими мероприятиями потока туристов, а также связанные с развитием спортивных отраслей и мирового спорта в целом, по-прежнему остаются актуальными.

Проведение таких масштабных спортивных событий, как Чемпионат мира по футболу, тесно связывает между собой две различных отрасли – индустрию гостеприимства и спорт. Очередной номер нашего журнала получился тематическим: он посвящён научному рассмотрению проблем этих отраслей, причём рассмотрению всестороннему, подробному и многоаспектному.

Открывает номер статья С.А. Воронова, рассматривающая тенденции корпоративного управления в банковском секторе, которые, несомненно, влияют на механизмы финансирования крупных проектов. Рассмотрена методика оценки эффективности корпоративного управления в государственных банках, выделены факторы, влияющие на тенденции корпоративного управления.

Современному и перспективному виду спорта – киберспорту, его проблемам и тенденциям развития посвящены статьи Гаврилова Д.О. и Родионовой А.Г., а также Кузнецова Е.Ю.

Горяйнова М.А. в своей работе рассматривает проблемы правового регулирования в сфере туризма, а Дементьев Д.А. – туристский маркетинг в социальных сетях. Конкурентным преимуществам эко-отелей и их месту в сфере гостеприимства посвящена статья Ермаковой П.А.

Развитие туризма и, как следствие, социально-экономическое развитие регионов предполагает, среди прочего, создание и совершенствование туристической инфраструктуры, а также активное развитие событийного туризма. Этим вопросам посвящены работы Чертковой А.А., а также Чернышенко Н.С., Козлова Д.В. и Диева Н.Д.

Важная сфера спортивной индустрии – управление человеческими ресурсами. Поплавский А.В., Микрюкова Д.В., Забелла И.А. и Луценко А.Я. в своих работах в различных аспектах рассматривают современные проблемы кадрового обеспечения и управления персоналом в спортивной отрасли. Вопросы подготовки спортивных менеджеров рассмотрены в статье Клюкиной В.А.

Кимайкина Е.К. и Решетников А.М. изучают специфические аспекты натурализации в современном российском спорте, а статья Прискоковой Т.В. рассматривает организационные и правовые аспекты поддержки спорта среди людей с ограниченными возможностями здоровья.

Желаем полезного чтения и, как обычно, приглашаем к сотрудничеству!

*Ермаков Иван Александрович,
к.э.н., доцент, главный редактор*

Воронов С.А.

аспирант Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва
dontwantregatsa@mail.ru

Анализ перспективных тенденций развития корпоративного управления в банковском секторе Российской Федерации

Аннотация

В статье анализируются перспективные тенденции развития корпоративного управления в банковском секторе Российской Федерации. Разработана модель методики оценки эффективности корпоративного управления в государственных банках. Сформирован цикл формирования перспективных тенденций на российском банковском рынке слияний и поглощений. Выделены факторы, влияющие на тенденции корпоративного управления.

Ключевые слова:

корпоративное управление, тенденции, банки, банковский сектор, компания

Voronov S.A.

graduate student of the Department of corporate finance and corporate governance, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
dontwantregatsa@mail.ru

Analysis of prospective trends of corporate governance in the banking sector of the Russian Federation

Abstract

The article analyzes prospective tendencies of development of corporate governance in the banking sector of the Russian Federation. A model is developed for assessing the effectiveness of corporate governance in state-owned banks. A cycle of formation of promising trends in the Russian banking market of mergers and acquisitions has been formed. Factors influencing the trends of corporate governance are singled out.

Keywords

corporate governance, trends, banks, banking sector, company

Введение

В политике Правительства Российской Федерации на протяжении нескольких последних лет наметилась тенденция укрупнения регионального банковского сектора. Это направление было закреплено в «Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года» [11]. По показателям 2016 года число банков в России уменьшилось до 681. Крупные банки «поглощают» мелкие и средние, и увеличивают влияние на рынок [7]. Тенденция к консолидации банковского сектора сбыла сформирована по естественным причинам и проводилась в сфере государственного регулирования Центрального Банка Российской Федерации. Активы кредитных организаций с 2014 по 2016 годы равномерно увеличивались на 1,6% в

месяц, в то время как показатели чистой прибыли в 2015 году были резко снижены. Данная тенденция является результатом активного процесса слияний и поглощений. Ее стимулирует и контролирует государство. Высокая концентрация банковского капитала обусловлена доминированием государственного регулирования и провоцирует возникновение ряда системных рисков.

Основная часть

А. Кокорева выделяет сочетание государственного регулирования с переходом на жесткие стандарты [10]. За последние пять-шесть лет в России количество банков и небанковских организаций стало меньше на 26,6%. Российская модель банковских слияний и поглощений характеризуется «дружественными» подходами в связи с национальной спецификой, высокой степенью риска лишиться лицензии за агрессивность в

случае конфликта с Центральным Банком Российской Федерации [8]. До 24% российских банков в 2015 году развивали свой бизнес благодаря поглощениям и слияниям, однако ухудшение общей экономической ситуации ограничило такие возможности. Г. Тосунян отмечал, что экономический кризис блокирует экстенсивный рост финансовых организаций, что позволяет российским банкам расширяться. М. Сухов указывал, что консолидация российского банковского рынка сосредоточилась в пяти крупных банках и в 2017 году ожидается тенденция перетекания клиентов в более крупные банки.

Для минимизации негативных последствий макроэкономической нестабильности российская финансово-кредитная система нуждается в новой парадигме регулирования. Проблема обостряется в связи с интеграцией российской экономики в экономическое поле G20 и усилением ее зависимости от глобальных векторов рыночного развития. ЦБ РФ принято решение категорировать банки по функциональному принципу: универсальные (федеральные); с ограниченной лицензией (в первоначальной формулировке – региональные). В категорию федеральных должны были попасть кредитные организации с капиталом от 1 млрд. рублей и активами свыше 7 млрд. рублей. В результате банковской реформы большинство финансовых учреждений планируется перевести в разряд региональных и оставить не более 300. Банковский рынок слияний и поглощений характеризуется цикличностью развития и динамичной сменой факторов, мотивов и тенденций.

Указанная цикличность позволяет выявлять и систематизировать перспективные тенденции развития банковской сферы и роль государственных банков в этом процессе (см. рисунок 1).



Рисунок 1 – Цикл формирования перспективных тенденций на российском банковском рынке слияний и поглощений (M&A)

А.Костин считает, что процессы консолидации банковского сектора будут нарастать и до 2020 года количество кредитных организаций в России уменьшится в 2,5 раза. Проведённый им анализ ежегодного количества слияний и поглощений банков, темпов отзыва лицензий позволяет спрогнозировать, что останется не более 300 банков. Р. Терехин прогнозирует, что через пять лет останется менее 400 банков. Сегодня требованиям ЦР БФ соответствует 48% кредитных организаций и примерно 400 банков будут вынуждены покинуть российский банковский рынок. Г. Тосунян прогнозирует, что российская экономика выходит из рецессии, а процесс отзыва лицензий со стороны ЦБ РФ будет уменьшаться. А. Афанасьева считает, что резкое уменьшение банковского сектора может вызвать падение конкуренции. 300 банков не справятся с потребительским и корпоративным спросом через пять лет, в случае возникновения бума потребления. Оптимальным видится количество до 500 банков при условии системного процесса наведения порядка в банковской сфере [9].

Для обеспечения конкурентоспособности российских банков в мировой

экономике необходимо не только учитывать перспективные тенденции формирования современного банковского сектора, но и выделять из них инновационные. Сегодня доминируют три основных инновационных направления в банковском деле [5]:

- развитие информационных и кибернетических технологий (возрастание сложности расчетных рисков и прогнозных моделей, совершенствование технологий информационной безопасности);
- внедрение клиентоориентированной модели банковского сервиса;
- оптимизация процессов управления.

Трансформация инновационных тенденций имеет циклический характер и ярко проявляется в процессе консолидации банковского сектора методом M&A (см. рисунок 2).



Рисунок 2 – Цикличность трансформации инновационных тенденций при консолидации российской банковской сферы методом M&A

В процессе внедрения инноваций в российских государственных банках в 2016 году особое место занимало внедрение искусственного интеллекта и IT-технологий (Information Technology). Основными сферами применения искусственного интеллекта в государствен-

ных банках считаются: взаимодействие с клиентами в ходе совместных проектов по созданию «чат-ботов»; консалтинг пользователей в сетях по ипотеке, страхованию, инвестициям [7]. Анализ свидетельствует о повышении потенциальных возможностей банков в процессе слияний и поглощений. В сфере привлечения депозитов банки, которые ориентировались на свою техническую эффективность, после реорганизации обычно теряют её. В сфере долгосрочных кредитов эффективность банковской деятельности наоборот возрастает.

Государственные банки контролируют и обеспечивают процессы слияний и поглощений, что открывает для них новые возможности использования избыточной ликвидности и капитализации за счёт приобретения новых активов [4]. Мелкие частные банки становятся приобретением крупных государственных в процессе санации ЦБ РФ, реструктуризации финансовой системы государства. Приобретения позволяют государственным банкам расширяться в регионах, формировать новые региональные сети, новые линейки продуктов. Развитие корпоративной культуры в государственных банках характеризуется сменой мотивов при централизации и капитализации. Сегодня менеджмент и акционеры не гонятся за многоступенчатыми и сложными клиентскими базами при приобретении нового банка, а выделяют соотношение параметров цена /качество. Анализ ведущих факторов и мотивов банковской сферы РФ позволил сформировать модель их влияния на формирование перспективных тенденций с учётом активных процессов M&A, эволюции мирового финансового рынка и выделить среди них инновационные, как основу стратегической модернизации государственных банков. Использование такой модели позволит системно проводить

мероприятия по модернизации банковской сферы РФ [3].

Монополизированное состояние финансового рынка, неравный доступ к капиталу определили структуру сегодняшнего банковского рынка России и роль государственного банка в нем. На всех стадиях экономического кризиса государственные банки принимали активное участие в процессах слияний и поглощений.

В процессе реализации антикризисной стратегии государство нормативно закрепило за собой роль главного санатора проблемных банков и увеличило доступ на этот рынок государственных банков. Обширная сеть банков с разной долей государственного участия компенсирует слабо развитую структуру частных банков, большая часть которых не соответствует признакам современного финансового института. При повышении эффективности функционирования банков, сформировавшихся в результате сделок по поглощениям и слияниям, прогнозируется рост доли частных банков в финансовой системе государства, повышение их капитализации и конкурентоспособности. Механизм слияний и поглощений остается главным рычагом рыночного регулирования. Позитивной стороной слияния банков ЦБ РФ считает достижение синергетического эффекта, описанного М. Бредли, А. Десаи и Е.Х. Кимом (1983), который выражается в получении новым банком широкого спектра перспективных возможностей в результате объединения ресурсов старых.

На формирование перспективных тенденций в развитии государственных банков основное влияние оказывают: повышение требований государства к минимальным размерам уставного капитала банков, рецессия мировой экономики, мировой финансовый кризис ликвидности, утечка иностранного капитала и сокращение количества банков.

В развитии российских государственных банков прогрессируют тенденции: увеличения слияний и поглощений банков для реализации нормативных требований ЦБ РФ; использование консолидации, как средства выживания и расширения успешных банков в период кризиса; увеличение поглощений коммерческих банков государственными банками или банками с государственным участием (Сбербанк, ВТБ, ВЭБ).

Десяти системно значимым банкам России сегодня принадлежит более 60% рынка и прогнозируется рост этого показателя до 75%. Государственные компании являются основными заемщиками банков, поэтому с ростом банка увеличивается объем государственной поддержки и значение банка для государства. ЦБ РФ инициирует вопросы консолидации банковского сектора России. Тенденция повышения тесной связи таких банков с государством вне формы собственности только усиливается. Ситуация напоминает функционирование административно-командной модели экономики СССР, которая, при очевидных её слабых сторонах позволяла успешно конкурировать с США. Сегодняшние инициативы государства по консолидации банковской системы являются логичными. Для повышения конкурентоспособности государства в условиях глобализации дальнейшее развитие российской финансовой системы будет характеризоваться лидирующей ролью государственных банков.

Обязательным условием эффективного функционирования российского государственного банка является реализация стратегии развития. В стратегии банковского развития необходимо включать перспективные тенденции формирования корпоративного управления в банковской сфере [6]. Высокая технологичность приводит к тому, что в банках будущего получат широкое

распространение системы видео-регистрации и биометрии, видеоконсультанты и киоски самообслуживания, интерактивные витрины и тачскрин-столы, электронный кассир и автоматический депозитарий, устройства для бесконтактных платежей и электронной подписи. Внедрение новых технологий и повышение финансовой грамотности населения приведут к увеличению числа операций, где клиент будет принимать решения самостоятельно, повышая свой суверенитет [1, 2, 12]. Для компетентного клиента на первом плане оказывается продукт и его эффективная дифференциация со стороны банка. Банковский продукт делится на базис (финансовые услуги) и надстройку (сервис, престиж, комфорт). Увеличивается влияние информационного обеспечения на дифференциацию банковских продуктов и привлечение клиентов. К нивелированию границ между банками и небанковскими кредитными организациями приводит развитие небанковских платежных систем, создание финансово-кредитных социальных сетей, аутсорсинг банковских услуг. Отказ от наличности делает функционирование денежной системы вне банков невозможным. Банки превращаются в социально ориентированный институт. Вышеперечисленные тенденции приведут к возникновению в будущих банках новой корпоративной культуры, основы которой закладываются сегодня.

Заключение

Развитие глобализации, интеграция российской финансовой системы в мировую вызывают необходимость четкого государственного регулирования этой сферы деятельности. Потребность внедрения современного корпоративного управления в государственный банковский сектор России обусловлена перспективными тенденциями, которые формируются в финансовой, банковской сфере, инновационными технологическими

вызовами, внешнеполитическими и внутренними социально-экономическими факторами влияния. Результатом влияния корпоративного управления на функционирование российских государственных банков является формирование новой корпоративной культуры, формирование поколения современных управленцев, введение перспективных корпоративных правил в государственный сектор, что даст мощный импульс развитию системы государственного управления и регулирования социально-экономической сферы.

Научный руководитель работы:

Поздняков Константин Константинович, кандидат экономических наук, доцент, МВА, доцент департамента «Корпоративные финансы и корпоративное управление», Финансовый Университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Литература

1. Аверин А.В. Основные направления совершенствования системы финансовой поддержки предпринимательства // Сила систем. 2016. № 1 (1). С. 6-9.
2. Воронов С. А. Интеллект в банке: управление бизнесом и оптимизация // Тр. XIII ежегодной межвузовской студенческой науч.-практ. конф. «Современный менеджмент: модели, стратегии, технологии» // ОРИГУ НАГУ при Президенте Украины. – О., 2012. – С. 131-133.
3. Воронов С. А., Поздняков К. К. Инновационные тенденции в банковской сфере Российской Федерации с учетом динамики слияния и поглощения // Инновационное развитие экономики. – 2016. – № 6(36). – Ч. 2. – С. В печати.
4. Воронов С. А., Поздняков К. К. Перспективные тенденции развития рынка слияний и поглощений в банковском секторе России // Научный вестник Международного гуманитарного университета. Серия «Экономика и менеджмент». – 2016. – № 22. – С. 34-38.
5. Жданова О. Р., Карминский О. М. Современные тенденции банковских

- инноваций // Матер. XII Всероссийского совещания по проблемам управления. – М.: ВСПУ, 2014. – С. 5962-5972.
6. Коробов Ю. И., Прокофьев М. Е. Банк будущего и его корпоративная культура // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2015. – № 4 (58). – С. 58-61.
 7. Мазикова Е. В., Исхакова К. Ф. Банковский сектор Российской Федерации: тенденция консолидации // Молодой ученый. – 2014. – № 9. – С. 293-295.
 8. Степанов П. А. Слияния и поглощения в банковской сфере: цели и мотивы // Молодой ученый. – 2014. – № 18. – С. 449-451.
 9. Ван дер Оудераа Э. Банки должны стать такими же цифровыми, как их новые конкуренты. URL: <http://bankir.ru/publikacii/20161213/edvin-van-der-ouderaa-accenture-banki-dolzhen-stat-takimi-zhe-tsifrovymi-kak-ikh-novye-konkurenty-10008381/> (дата обращения 12.02.2018).
 10. Гидаспов И. Шаг к пятёрке. Бинбанк продолжил цепь поглощений в банковском секторе // Газета.RU. – 2015. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2015/06/30/6861817.shtml> (дата обращения 24.02.2018).
 11. О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года: заявление Правительства РФ и ЦБР № 1472п-П13, Банка России № 01-001/1280 от 05.04.2011 // ИА «ГАРАНТ». URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/491345/#ixzz31VfhUsTN> (дата обращения 03.12.2016).
 12. Руденко Л.Г., Караулов В.М. Методика оценки инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства в субъектах российской федерации // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2017. № 1-1. С. 231-241.

**Гаврилов Д.О.,
Родионова А.Г.**

студенты Факультета
Международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый Университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
a.rodionova415@gmail.com

Системные проблемы развития и обеспечения конкурентоспособности киберспортивной индустрии

Аннотация

В работе исследуются перспективы развития киберспортивной индустрии, ее основные проблемы, а также приводится модель оценки альтернативных решений. Идет сравнительная оценка киберспортивной индустрии с традиционными видами спорта.

Ключевые слова:

киберспорт, гейминг, киберспортивная индустрия, спорт, конкурентоспособность

**Gavrilov D.,
Rodionova A.**

students of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial University
under the Government of the
Russian Federation,
Moscow, Russia
a.rodionova415@gmail.com

System problems of development and ensuring competitiveness of cybersport industry

Abstract

This work explores prospects of development of the cybersport industry, the main problems of this industry and also in this work you can find a model of evaluation of alternative solutions. Moreover this work contains comparative assessment of cybersport industry and traditional kinds of sports.

Keywords

cybersport, gaming, cybersport industry, sport, competitiveness

Введение

«Киберспорт – по-настоящему глобальное явление, и говоря о российских турнирах, командах и контентных продуктах, стоит иметь в виду, что их аудитория – весь мир», - указывает старший менеджер PwC Александр Кардаш.

И он, безусловно, прав. В современном мире данное направление характеризуется как одно из самых перспективных, но в то же время и одно из самых специфичных. Фактором стремительного роста данного сегмента рынка является открытие известными брендами нового пути доступа к массам. Чтобы детально разобраться в данной теме, мы предлагаем начать с определения. Киберспорт – это игровые соревнования с использованием определенных компьютерных технологий, моделирующих некое виртуальное пространство для непосредственного состязания. Следует отличать данное понятие от понятия гейминг. Гейминг можно сравнить с

любительским спортом, в то время как киберспорт является спортом профессиональным.

Стоит заметить, что на сегодняшний день киберспорт является не только одним из самых перспективных, но и одним из самых молодых видов спорта. Данная сфера находится лишь на стадии развития и уже сейчас на просторах интернета можно найти огромное количество идей и вариантов для развития и совершенствования, привлечения инвесторов, реализации start-up проектов.

Но, к сожалению, на начальном этапе киберспорт столкнулся с массой системных проблем, которые тормозят и замедляют его развитие. В нашей стране можно выделить такие проблемы, как:

1. Отсутствие должного уровня инвестиций в данную сферу. В РФ сегодня не доказано, что киберспортивный проект может окупиться в четко определенные сроки и стать прибыльным. Этот фактор является одним из «тормозов» инвестирования в данную сферу.

2. Острый «кадровый голод». Нехватка или попросту отсутствие маркетологов, менеджеров, профилем которых является киберспортивная сфера бизнеса.

3. Проблема СМИ. Слабый уровень развития профильных киберспортивных сайтов в русскоязычном сегменте интернета; киберспортивной аналитики, которая бы оценивала индустрию в целом; популярных авторов, сделавших себе имя в данной индустрии.

4. Узкий круг целевой аудитории (молодые люди 14-30 лет). Некоторые компании делают подвижки к увеличению количества заинтересованных людей, но это, скорее, исключение из правил.

Основываясь на данных фактах, мы хотим сказать, что киберспорт является весьма перспективной сферой бизнеса. Но ни для кого не секрет, что эта сфера в нашей стране находится лишь в стадии зачатия, вследствие чего данная индустрия не может в должной мере конкурировать с традиционными спортивными сферами бизнеса (футбол, хоккей и т.д.).

В нашей работе мы постараемся выяснить, насколько конкурентоспособен киберспорт на различных рынках сегодня и как решить проблемы, стоящие перед данной индустрией.

Конкурентоспособность киберспортивной индустрии в различных странах

Чтобы дать ответ на первый вопрос, следует обратиться к анализу рынков киберспорта в РФ и мире.

Азия. Безусловное первенство в данной сфере занимает Азиатский рынок. Относительно недавно аналитической компанией Nielsen был представлен первый доклад, посвященный исключительно азиатскому киберспорту. Вот лишь некоторые статистические данные, которые позволяют сделать вывод о ситуации на данном сегменте азиатского рынка:

– в Азии идет постоянный приток аудитории в данную сферу. Самый быстрый рост наблюдается на японском рынке, где за последние два года киберспортом стали интересоваться 80% новых болельщиков; самый устоявшийся – в Южной Корее, где 40% аудитории следит за киберспортивными соревнованиями более 5 лет; а самый стабильный – в Китае, с 50%-ным приростом фанатской базы за последние 2-3 года.

– отдельно хотелось бы отметить так называемый «феномен Южной Кореи». В этой стране киберспорт достиг колоссальных успехов, к которым и должна стремиться наша страна. По некоторым данным, в Корее порядка 70-75 % всего населения государства увлекаются компьютерными играми, геймингом, киберспортом. Ключевые соревнования там транслируются по телевизору, постоянно проходят крупные турниры с огромными призовыми фондами.

– стоит также вспомнить и про онлайн-трансляции, аудитория которых исчисляется миллионами. Эти факторы открывают азиатскому рынку все новые и новые возможности для привлечения рекламодателей, спонсоров и инвесторов, развития сферы IT технологий, создание и реализацию различных коммерческих и социальных программ.

США. Американцы – родоначальники киберспорта. Именно в этой стране был проведен первый киберспортивный турнир. К слову, в США также располагаются штаб-квартиры большинства разработчиков игр. Да и в целом Америка является одной из самых продвинутых и развитых стран в этой индустрии, однако, данного уровня развития недостаточно для конкуренции с классическими и общепризнанными спортивными соревнованиями. Американские спортивные лиги (NBA, NHL, NFL, MLS) всё так же остаются лидерами на спортивном рынке США, а

киберспортсмены Америки ждут, когда же их индустрия сможет на равных соперничать с такими гигантскими спортивными событиями, как, например, финал NFL Super Bowl. И, важно заметить, что эти ожидания в скором времени могут оправдаться. Шаги к признанию киберспорта спортивной дисциплиной в Америке действительно предпринимаются, но этого на данный момент недостаточно.

Европа. Тут ситуация не так хороша. Если обратиться к рейтингу «киберспортивных держав», то можно заметить, что Европа не занимает лидирующих позиций на мировом рынке и значительно отстает от «большой киберспортивной тройки» (Корея, США, Китай). За «гигантами» сразу же следуют Швеция и Украина, которые, к слову, никогда не являлись лидерами в классических спортивных дисциплинах.

Что же касается общепризнанных европейских спортивных лидеров, то здесь ситуация далека от идеала. Например, в Германии, которая традиционно сильна во многих видах спорта, правительство только собирается признать киберспорт как официальный вид, что существенно тормозит его развитие. До сих пор для ESBD – немецкой киберспортивной ассоциации (the eSport-Bund Deutschland), процесс получения поддержки на государственном уровне достаточно затруднен, а команды продолжают платить высокие налоги из-за того, что им еще не был присвоен статус некоммерческих организаций.

Россия. Наконец, говоря о нашей стране, мы хотим отметить, что ситуация на российском киберспортивном рынке достаточно неоднозначная. С одной стороны, в отличие от США, «законодательницы мод» в сфере киберспорта, у ее российских коллег есть все законодательно обоснованные перспективы для развития:

1. С 7 июня 2016 года киберспорт является официальным видом спорта в России [1, 2].

2. 13 апреля 2017 года был издан указ «О признании и включении во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин, видов спорта и внесении изменений во Всероссийский реестр видов спорта». В нем указаны те дисциплины, которые «развиваются на общероссийском уровне», и в число этих дисциплин теперь входит киберспорт.

3. Наличие большого количества талантливых игроков, которые без профильной подготовки смогли выбиться на мировой уровень.

Вернувшись к 1 и 2 пунктам, можно с уверенностью сказать о том, что в России киберспорт обладает такими же правами, как и самый популярный на данный момент вид спорта – футбол. Однако в российском киберспорте существует ряд серьезных системных проблем, о которых мы говорили ранее. Именно они не позволяют сделать этот вид спорта конкурентоспособным.

Решение проблем

Есть два пути, которыми можно разрешить проблемы российского киберспорта:

1. Государственное вмешательство в данную индустрию. Как показывает практика, в нашей стране этот способ является наиболее эффективным.

2. Увеличение объемов финансовых инвестиций как со стороны государства, так и частного бизнеса. Напомним, что данный путь развития существует в США.

Итак, какими способами проблемы можно решить проблемы киберспорта и сделать его конкурентоспособными?

1. Популяризация и продвижение киберспорта в СМИ, что позволит повысить привлекательность инвестиций в киберспорт как со стороны государства, так и со стороны частных инвесторов.

2. Создание в высших учебных заведениях образовательных программ, направленных на подготовку профессионалов для киберспортивной индустрии, в том числе и с привлечением представителей индустрии (создание базовых кафедр);

3. Расширение существующими киберспортивными компаниями своей целевой аудитории, что способствует освоению все новых и новых рыночных ниш. SWOT-анализ многих мировых и российских корпораций указывает на то, что именно недостаток целевой аудитории является одной из основных проблем мирового киберрынка.

4. Развитие и совершенствование законодательства в сфере компьютерного спорта.

5. Формирование киберспортивных команд в университетах и организация регулярных межвузовских соревнований.

Однако постараемся быть не столь пессимистичными. Не будем забывать о том, что киберспорт, пожалуй, самая молодая спортивная индустрия. Она существует пару десятков лет, но уже за столь короткий срок ей удалось достичь колоссальных результатов. Количество профессиональных киберспортсменов по всему миру уже сегодня исчисляется десятками тысяч, а аудитория twitch-трансляций – миллионами (Twitch.tv – сервис игрового видеостриминга). Все это позволяет говорить о том, что киберспорт сегодня – самая перспективная и интересная для развития отрасль в индустрии впечатлений.

Научный руководитель работы:

Аверин Александр Владимирович, к.филос.н., доцент, заместитель декана факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Литература

1. Приказ от 20 ноября 2014 года № 921 «О признании и включении во Всероссийский реестр видов спорта» спортивных дисциплин и внесении изменений во Всероссийский реестр видов спорта // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации: сайт – URL <http://docs.cntd.ru/document/420237032> (дата обращения – 15.02.2018)
2. Киберспорт признан официальным видом спорта в России // Cybersport.ru : сайт – URL <https://www.cybersport.ru/news/kibersport-ofitsialno-priznan-sportom-v-rossii-2016> (дата обращения 15.02.2018)
3. Что такое киберспорт и чем он отличается от гейминга? // Medium.com: сайт – URL https://medium.com/@ufedin_65021/%D1%87%D1%82%D0%BE-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B5-%D0%BA%D0%B8%D0%B1%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82-%D0%B8-%D1%87%D0%B5%D0%BC-%D0%BE%D0%BD-%D0%BE%D1%82%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%B0%D0%B5%D1%82%D1%81%D1%8F-%D0%BE%D1%82-%D0%B3%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B0-44ba82d3624e (дата обращения 15.02.2018)
4. Как устроен рынок киберспорта в России и СНГ // Intalent: сайт – URL <http://intalent.pro/article/kak-ustroen-rynok-kibersporta-v-rossii-i-sng.html> (дата обращения 15.02.2018)

**Кузнецов Евгений
Юрьевич**

студент Факультета
международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
kuznetsov.evgeny@gmail.com

Организация системного подхода к развитию киберспорта на уровне университетов

Аннотация

В статье приводится анализ причин интенсивного развития киберспорта. Приводятся аргументы в поддержку его дальнейшего развития, а также поднимается вопрос о развитии киберспорта на уровне университетов. Вносятся предложения по его развитию.

Ключевые слова

киберспорт, е-спорт, студенческий спорт, университет, системный подход

Evgeniy Y. Kuznetsov

student of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial
University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
kuznetsov.evgeny@gmail.com

Organization of a system approach to the development of e-sports at the university level

Abstract

The article analyzes the reasons for the intensive development of eSports. Arguments in support of its further development are given, also the question of the development of e-sports at the university level is being raised. Proposals are made for its development.

Keywords

cybersport, e-sports, student sport, university, systems approach

Введение

В наши дни колоссальными темпами развиваются как компьютерные технологии, так и спортивная индустрия. Эти сферы привлекают все больше и больше зрителей, что в свою очередь, привлекает инвесторов и создает предпосылки для дальнейшего развития. Не так давно на стыке таких разных на первый взгляд сфер появился киберспорт. Он объединил самые привлекательные элементы спорта и новейшие технологии в IT-сфере. Актуальность статьи заключается в анализе основных факторов успешного развития киберспорта. Кроме того, приводится объяснение необходимости развития киберспорта на уровне университетов.

Что такое киберспорт?

За последние годы киберспорт стал настоящей индустрией, которая способна конкурировать с такими видами спорта, как футбол и хоккей. Масштабы развития киберспорта действительно поражают, а призовые в киберспортивных турнирах исчисляются десятками миллионов долларов США. И все это развитие

произошло менее чем за 20 лет. Это связано с целым набором факторов.

Во-первых, компьютерные игры интересны своей виртуальностью. По своей сути игра может быть действительно сложной, требовать серьезных умственных усилий для предсказания действий соперника. Однако это завуалировано в оболочку несуществующих персонажей или красивых моделей. Это делает сложную игру интересной. А интерес вызывает популярность.

Во-вторых, популярность объясняется постоянным достижением локальных целей. Практически все игры построены таким образом, что происходит непрерывное развитие персонажа. Даже за поражение в конкретном раунде игрок получает определенную награду. Всегда есть возможность улучшить своего персонажа. Таким образом, на психологическом уровне рождается желание развиваться дальше.

В-третьих, игры помогают избавиться от негативных эмоций. Несмотря на расхожий стереотип о том, что компьютерные игры вызывают жестокость,

ситуация обстоит совершенно иным образом. Зачастую они используются как возможность выплеснуть гнев или же на время отвлечься от проблем реальной жизни.

В-четвертых, киберспорт – отличная площадка для самореализации. По ходу развития игрового персонажа игрок зарабатывает очки, которые выделяют его на фоне других. Со временем игроки приобретают авторитет, который в рамках игры может быть весьма высоким. Отдельно стоит сказать об игроках, которые в реальном мире испытывают проблемы со здоровьем или являются инвалидами. Для таких людей компьютерные игры – одна из немногих площадок для самореализации.

Однако необходимо понимать, что далеко не каждая компьютерная игра может стать киберспортивной дисциплиной. Игра должна подходить под определенные условия: должен присутствовать соревновательный элемент, игроки должны быть в условиях, приближенных к равным, должен быть сведен к минимуму элемент случайности.

7 июня 2016 года киберспорт официально признан Министерством спорта как спортивная дисциплина [1]. Это говорит о том, что киберспортсмены получили возможность участвовать в официальных соревнованиях на всероссийском уровне, получать спортивные звания. Также это дало толчок к развитию киберспорта на всех уровнях, в том числе и на уровне университетов. В большинстве вузов Москвы на сегодняшний день созданы киберспортивные команды, которые принимают участие как в соревнованиях под эгидой Московской Киберспортивной Лиги (МКЛ), так и Всероссийской Киберспортивной Студенческой Лиги (ВКСЛ).

Почему необходимо развивать киберспорт на уровне университетов?

Перспективы развития киберспорта весьма обширны. Уже идут разговоры о признании киберспорта Международным Олимпийским Комитетом. Таким образом, существуют реальные перспективы включения киберспорта в программу Олимпиады. Подготовкой олимпийцев в России занимаются спортивные школы и школы олимпийского резерва. Однако основной площадкой для централизованной подготовки киберспортсменов будут университеты. Таким образом, развитие киберспорта на уровне университетов – создание основы для будущих успехов.

При выборе университета, абитуриент изучает преимущества и недостатки каждого вуза. В связи с огромной популярностью киберспорта наличие команды и возможностей для тренировок может стать аргументом университета в привлечении студента. Важно, что если уровень киберспортсмена высок, его умственные качества тоже находятся на хорошем уровне. Для киберспорта важна скорость мысли, ответственность, решительность, стратегическое мышление, способность держать в голове сразу несколько вещей. Это позволяет вузу быть уверенным, что они привлекают сильного спортсмена и сильного студента. Таким образом, растет статус и престиж вуза.

Системный подход к организации киберспорта в университетах

Для развития киберспортивной команды в рамках университета необходим системный подход. Это связано с тем, что для создания по-настоящему сильной команды необходимо задействовать весь управленческий аппарат университета: от кафедры физического воспитания до ректората. Киберспорт – особый вид спорта, который требует соответствующего оборудования, площадок для проведения тренировок и соревнований. В связи с тем,

что далеко не каждый вуз способен оборудовать подобную площадку, необходимо заключать договоры с внешними площадками, такими, как CyberSpace.

Также необходим отдел, который будет отвечать за киберспорт: своего рода кураторы. Они должны набираться из числа студентов или наемных работников. Киберспортсменам не всегда нужны тренеры, зачастую сильного капитана вполне достаточно. Важно решать организационные вопросы, а также проблемы, которые нельзя устранить на уровне самих студентов. Кроме того, кураторы могут следить за тренировочным процессом, чтобы сделать его максимально эффективным.

Важным моментом является проведение локальных соревнований, внутри вузов или между вузами. Это будет способствовать росту уровня спортсменов, а также поможет найти новые кадры.

Университету необходимо продумать программу развития киберспорта, учитывая вышеназванные положения. Создание четкой стратегии позволит вузу стать по-настоящему конкурентоспособным. Важно помнить, что не стоит ограничиваться российскими вузами. Международный обмен опытом – отличный толчок для дальнейшего развития.

Заключение

Киберспорт в России находится на стадии становления. Однако уже сейчас российские киберспортсмены достигли определенных высот. Например, российская команда «Virtus.Pro», которая является одной из самых успешных киберспортивных команд мира, состоит в основном из россиян. Развитие киберспорта на уровне университетов позволит приумножить достижения, сформировать основу для создания команд подобного уровня.

Научный руководитель работы:
к.филос.н., доцент Аверин Александр Владимирович, заместитель декана факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Литература

1. Официальный сайт ООО «Национальный спортивный телеканал»: сайт. – URL: https://matchtv.ru/olimpijskije_igry/matc_htvnews_NI793890_MOK_rassmatrivajet_vopros_priznaniya_kibersporta (дата обращения 24.02.2018)
2. Официальный киберспортивный портал: сайт. – URL: <https://www.cybersport.ru/news/kibersport-ofitsialno-priznan-sportom-v-rossii-2016> (дата обращения 24.02.2018)
3. Официальный сайт Московской Киберспортивной Лиги: сайт. – URL: <http://mcl.resp.su/> (дата обращения 24.02.2018)
4. Официальный сайт Всероссийской Киберспортивной Студенческой Лиги: сайт. – URL: <http://студлига.рф/> (дата обращения 24.02.2018)

Горайнова Мария Алексеевна

студентка Факультета
международного туризма, спорта и
гостиничного бизнеса, Финансовый
университет при Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
likemary97@mail.ru

Maria A. Goryainova

student of the Faculty of International
Tourism, Sports and hotel business,
Financial University under the
Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia
likemary97@mail.ru

**Проблемы правового регулирования в сфере
туризма**

Аннотация

В статье представлены итоги исследования законодательства Российской Федерации в области туризма. Замечено, что первый опыт правового обеспечения способствовал интенсивному толчку в развитии общественных отношений в туристской сфере. Кроме того, общий анализ правоприменительной практики позволил выявить целый круг проблем, которые препятствуют дальнейшему процветанию всех видов туризма. На основании проведенного исследования автор сформулировал и попытался обосновать главные направления в отношении совершенствования уровня качества нормативно-правового обеспечения туризма в ближайшей перспективе развития нашей страны.

Ключевые слова:

туризм, правовое обеспечение, туристская деятельность

Problems of legal regulation in the tourism sector

Abstract

The article presents the results of the study of the legislation of the Russian Federation in the field of tourism. It is noted that the first experience of legal support contributed to an intensive push in the development of public relations in the tourist sphere. In addition, a general analysis of law enforcement practices has made it possible to identify a whole range of problems that hamper the further prosperity of all types of tourism. Based on the study, the author formulated and tried to substantiate the main directions in relation to improving the quality of regulatory and legal support for tourism in the short term development of our country.

Keywords

tourism, legal support, tourism activities

Введение

В настоящее время туризм является одной из наиболее перспективных отраслей мировой экономики. За последние два десятилетия резко возросло влияние туризма на структуру и общую ситуацию в мировой экономике, а также на хозяйства отдельно взятых стран. Каждое 11-е рабочее место создается именно здесь. Подобной ситуации нет ни в одной другой сфере. Поэтому не удивителен тот факт, что Генеральная Ассамблея ООН утвердила 2017-й год в качестве Международного года устойчивого развития туризма.

1. Обзор правовых актов в сфере туристской деятельности

В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года», принятой 31 мая 2014 года, было

отмечено, что Российская Федерация сегодня занимает прочное положение на рынке международного туризма. Сегодня Российский туризм стремительно развивается во всех своих направлениях. Наша страна бесконечно интересна для нас самих и, конечно, для зарубежных партнеров. В современной России туризм является социально-культурным явлением, которое развивается под действием социально-экономических факторов и закрепляется в законодательной базе страны [1]. Правовое регулирование туристской деятельности является сферой гражданского права и большая часть туристских норм – это гражданско-правовые нормы. Но теперь особенно актуальным становится вопрос соответствия социально-экономических тенденций развития общества и

законодательства, в частности, в области туризма.

В целом, на сегодняшний день российское законодательство по туристской деятельности в значительной мере соответствует общим принципам и нормам международного права, согласованно с правом Европейского союза и законодательствами развитых государств. В соответствии со ст. № 2 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» законодательство РФ по туристской деятельности относится к совместному ведению РФ и ее субъектов. Оно состоит из Закона о туристской деятельности, федеральных законов и иных нормативно-правовых актов РФ, а также законов и других нормативно-правовых актов субъектов РФ. Но, несмотря на уже имеющуюся правовую базу, многие аспекты законодательного обеспечения по-прежнему остаются недостаточно разработанными и непринятыми к реализации на государственном уровне. Именно поэтому развитие туристской деятельности в России идет в условиях несовершенного правового обеспечения и отсутствия четко направленной государственной стратегии и политики в сфере туризма.

2. Наиболее значимые правовые аспекты в сфере туризма, требующие обновления

Рассмотрим наиболее важные аспекты, требующие обновления законодательной сферы туризма. На сегодняшний день при оформлении договорных отношений между туристом и турагентством обычно руководствуются следующими нормами права: Закон РФ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», Гражданский кодекс РФ, 1-я и 2-я части, Закон РФ от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ «О защите прав потребителей», Воздушный кодекс РФ от 19 марта 1997г. № 60-ФЗ [2]. Можно сказать, что за последние 20 лет не

было принято ни одного значительного нормативно-правового акта в сфере туризма. Перекос в сторону развития выездного туризма в России целесообразно компенсировать законодательными мерами по развитию внутреннего и въездного туризма. Экономические и социальные преобразования последнего времени делают Россию все более и более привлекательным объектом для туризма этих видов. Туризм – это часть внешней политики, один из вариантов пропаганды страны за рубежом.

В России по-прежнему отсутствует механизм практической реализации ст. 14 Закона об основах туристской деятельности по обеспечению безопасности туристов. Федеральное агентство по туризму не получает полной информации от государственных органов о возможных опасностях, потенциальных угрозах и не в силах проинформировать турагентства об уровне безопасности места пребывания туристов. Так же в Российской Федерации нет законодательного акта, который бы регулировал основу туристской деятельности, а именно гостиничное обслуживание. В результате этого организациям гостиничного комплекса приходится использовать различные нормативно-правовые акты, в их числе Гражданский кодекс РФ, подзаконные акты, и сложившиеся деловые обычаи в гостиничном деле.

К довольно значимым проблемам, требующим внимания и серьезного подхода к их решению, относятся недостаточное развитие туристской инфраструктуры и отсутствие благоприятных условий для инвестирования строительства объектов туристского использования. Главными препятствиями для этого являются отсутствие готовых инвестиционных площадок, необходимых бизнес-структур, невыгодные условия аренды земли, а также наличие местных административных барьеров. К примеру, обычное оформление

земельного участка под гостиницу часто требует огромного числа согласований и затягивается на несколько лет.

Несмотря на бесценное природное богатство, неоспоримую перспективность и потенциал нашей страны как центра экотуризма (общая площадь особо охраняемых природных зон составляет 136,6 млн. га), экологический туризм находится на довольно низком уровне. К числу причин, тормозящих его развитие, относится опять-таки недостаточное законодательное обеспечение. Так, к примеру, в законе «Об основах туристской деятельности в РФ» экологический туризм прописывается лишь одной строкой.

Большим вопросом остается усовершенствование документационного обеспечения туризма. Установлено, что из-за недостаточности регламентации, научно-методического обеспечения персонала и уровня его квалификации, ведение документации туристских организаций значительно отстает от современных требований. Более того, текущее архивное хранение документов налажено крайне плохо. Преодолеть эти недочеты можно путем принятия общегосударственного стандарта по ведению служебной документации. Все вышеперечисленные проблемы могут быть решены в процессе активного совершенствования законодательства по туризму. Таким образом, необходимость в принятии целого ряда новых дополнительных законодательных актов очевидна. Следует провести ревизию уже имеющейся базы правовых документов, которые связаны с регулированием туризма и разработать акты нового поколения. Кроме того, так как туристская отрасль до сих пор существует на базе истекшей по срокам действия Концепции по развитию туризма в Российской Федерации, нужно выработать четкую политику государства в данном направлении. Важно учесть и то, что внесения изменений в законодательство

должно осуществляться непременно в согласовании с другими нормативно-правовыми актами, а также параллельно с подготовкой высококвалифицированных кадров, развитием культуры и науки, повышением уровня безопасности и деятельностью религиозных организаций. Новое законодательство должно также быть ориентированным на развитие туризма в качестве культурной и экономической базы для дальнейших перспектив процветания страны в социальной и экономической сфере. Для наиболее эффективного достижения поставленных целей необходимо задействовать усилия Академии Наук, Правительства РФ и других органов законодательной и исполнительной власти [3].

3. Возможные пути решения существующих проблем туристской сферы в Российской Федерации

Рассмотрим ряд возможных путей решения существующих проблем туристской сферы в РФ. К примеру, Конституция РФ провозглашает, что «Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека». Одним из способов свободного развития человека является туризм. Таким образом, решающим шагом к совершенствованию правового обеспечения в сфере туризма может стать принятие отдельного федерального закона «О социальном туризме». Это поспособствует вовлечению в сферу туризма людей с ограниченными физическими возможностями, привлечению дополнительных инвестиций в инфраструктуру и формированию новых рабочих мест. Наряду с этим, разработка закона «Об экологическом туризме» могла бы увеличить поток денежных средств на улучшение экологического состояния Российской Федерации и значительному подъему авторитета страны на

международной арене в области туристского бизнеса.

Задача социального туризма – сделать отдых максимально доступным для всех категорий граждан. Как показывает мировой опыт, это возможно осуществить только при условии применения государством определенных механизмов, в том числе налоговых рычагов, чтобы люди, организующие отдых, в том числе работодатели, смогли их использовать и предлагать возможность отдохнуть населению с низким уровнем дохода, в том числе многодетным семьям, студентам, пенсионерам [4].

Для этого, во-первых, необходимо подготовить и разработать государственные программы по поддержке российского туризма, где, в свою очередь, рассмотреть следующие меры: понижение цен на турпродукт, снижение налоговой ставки по более простому режиму налогообложения, стимулирование потребительского спроса, а также поддержку субъектов малого и среднего бизнеса, осуществляющих деятельность по развитию въездного и внутреннего туризма.

Во-вторых, необходимо продолжить работу по повышению эффективности в работе органов исполнительной и законодательной власти в сфере туризма. В-третьих, необходимо заняться подготовкой предложений, направленных на повышение прозрачности работы организаций туристской сферы, ответственности туроператоров, обеспечение защиты прав потребителей, качества и безопасности предоставляемых туристских услуг [5].

Также следует поддерживать разработку мер по повышению безопасности российских туристов, как в России, так и за рубежом. В-четвертых, необходимо разрабатывать новые современные стандарты для учета необходимых профессиональных уровней подготовки и основы для разработки и

совершенствования образовательных программ. Для этого необходимо обновление нормативно-правового обеспечения для внедрения и закрепления их правового статуса в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности».

Кроме того, не стоит оставлять без внимания и такой аспект, как создание программ по качественному улучшению информирования туроператоров и турагентов о текущих событиях в области экономики, политики и культуры (этим может быть единая автоматизированная информационная система). В-пятых, можно вносить предложения по совершенствованию правового регулирования по путешествиям туристов с ограниченными физическими возможностями и несовершеннолетних [6].

Выводы

Проанализировав все вышесказанное, можно сделать вывод, что пока многие аспекты развивающейся индустрии гостеприимства и туризма практически находятся вне правового поля. Так, можно выделить ряд особо крупных проблем:

1) многие, особенно малообеспеченные граждане, остались фактически лишенными, установленного Конституцией РФ права на отдых (законодательная база по социальному туризму не разработана, профсоюзное движение ослаблено);

2) российские туристы по-прежнему направляются на отдых в основном за рубеж в том числе из-за отсутствия законодательных актов, которые стимулировали бы развитие внутреннего туризма;

3) большая часть перспективных направлений туризма (экологический, медицинский) слабо развиваются по большей части по причине отсутствия законодательной базы по развитию данных видов деятельности;

4) государство не добирает налоги, так как многие субъекты туристской деятельности, к примеру, небольшие

частные гостиницы, находятся вне правового поля и ведут недобросовестную налоговую политику.

Выход из имеющегося положения возможен лишь путем совершенствования законодательства в сфере туризма при учете и исправлении допущенных ошибок и при соответствии перспективам развития государства, а также требованиям международного права.

Научный руководитель работы:

к.ю.н. Гуков Алибек Сафарович, Россия, г. Москва

Литература

1. Правовое обеспечение туризма : учебник / коллектив авторов ; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 336 с.
2. Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации // Федеральное Собрание Российской Федерации: сайт URL: <http://council.gov.ru/> (дата обращения: 20.03.2018).
3. Кириллов В. П. Актуальные проблемы правового обеспечения туризма в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-pravovogo-obespecheniya-turizma-v-rossii> (дата обращения: 08.04.2018).
4. Усыскин Г. С. Очерки российского туризма. СПб.: Герда, 2000. – 224 с.
5. Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации»: Утв. Постановлением Правительства РФ от 28 февраля 1996 г.
6. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132–ФЗ.

Дементьев Д.А.

студент Факультета
международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
DADementiev@gmail.com

Разработка SMM-стратегий в индустрии туризма**Аннотация**

В работе исследуются механизмы продвижения туристских услуг в социальных сетях, рассматриваются особенности ведения маркетинговых коммуникаций в социальных сетях, их структурные составляющие и преимущества перед другими методами продвижения туристского продукта.

Ключевые слова

туризм, маркетинг, социальные сети, SMM, продвижение

Dementiev D.A.

student of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial
University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
DADementiev@gmail.com

SMM-strategies development in the tourism industry**Abstract**

The article presents modern techniques of promoting tourism and travel-related services in social networks. General aspects of marketing communication, its structure and benefits are also explored in the paper.

Keywords

tourism, marketing, social networks, SMM, promotion

Введение

На сегодняшний день две трети россиян регулярно посещают социальные сети [11]. На подобных сайтах они не просто потребляют информацию, но и добровольно публикуют данные о себе, своих личных увлечениях и предпочтениях [4]. Очевидно, что это открывает дополнительные возможности для маркетологов, давая возможность сегментировать и индивидуализировать своё рекламное послание. Именно так появился SMM – специальный инструмент для эффективного взаимодействия с пользователями социальных сетей.

Другими словами, Social Media Marketing – это процесс привлечения внимания к бренду, продукту или проекту с помощью инструментов социальных сетей. Его основная задача состоит в создании доверительных социальных связей между создателем и потребителями контента, которые, в свою очередь, рожают между собой рекомендательные взаимодействия, то есть делятся советами и впечатлениями.

1. Алгоритм разработки стратегии продвижения

Одной из основ SMM и залогом эффективного маркетинга можно считать стратегическое планирование. Вне зависимости от того, собираетесь ли вы заниматься продвижением самостоятельно или приглашать сторонних исполнителей, разработанная стратегия в любом случае позволит правильно структурировать деятельность, контролировать процесс достижения цели и оперативно отслеживать показатели эффективности. В результате, SMM-стратегия должна отвечать на четыре вопроса: «что делать, для кого делать, зачем делать, где делать» [9]. Рассмотрим основные шаги планирования SMM деятельности.

1) Проведение исследования. На начальном этапе происходит исследование среды, в рамках которого анализируется продвигаемый бренд (его миссия, имидж), продукт (его преимущества, ключевое послание), аудитория (её ценности, потребности, активность в социальных сетях), конкуренты (их позиционирование и успехи).

2) Сбор команды. Нужно определить должностные обязанности сотрудников, порядок их взаимодействия, если требуется, то обучить, повысить квалификацию [5]. Для качественной работы по стратегии требуется собрать основу проектной команды, в которую войдут SMM-менеджер, контент-менеджер, дизайнер и модератор.

3) Определение площадки. Выбор социальных сетей зависит от задач проектов и их целевой аудитории [6]. В разных сетях пользователи проводят разное количество времени и просматривают разное количество страниц [2]. Рекомендуется использовать несколько сетей, пользуясь преимуществами каждой и создавая с помощью них экосистему бренда в интернет-пространстве.

4) Создание и наполнение. Следующим шагом станет создание страниц в избранных соцсетях и добавление материалами. Здесь следует определить тип публикуемого контента, например, новостной, образовательный, репутационный и другие. В определенной комбинации они могут работать на генерацию спроса, осведомленность пользователей, восприятие бренда целевой аудиторией, выстраивание долгосрочных отношений с потребителем [1]. Для привлечения пользователей особенно хорошо работает развлекательный контент в форме конкурсов и розыгрышей призов [3].

5) Оптимизация контента. Требуется оптимизировать контент, чтобы он был актуальным, регулярным, соответствовал желаниям аудитории и содержал призывы к действию.

6) Модерация. При модерации сообщества и взаимодействии с подписчиками нужно придерживаться некоторых правил: искать персональный подход, общаться простым языком, стимулировать аудиторию на продолжение диалога.

7) Анализ и аналитика. После того, как уже проведена некоторая работа, лучше всего проанализировать её результаты. Следите за числом подписчиков, уникальных пользователей, количеством просмотров, оценок и комментариев.

2. Особенности SMM-продвижения в туристской индустрии

Предприятия сферы туризма, уже достаточно давно работают в социальных сетях – турфирмы начали применять эти методы одними из первых [7]. Также с преимуществами SMM пользуются гостиницы и рестораны, сайты бронирования жилья и авиабилетов.

Главной особенностью туризма является эмоции: люди посещают различные города и страны с целью новых впечатлений и ощущений. Поэтому основной задачей SMM в туризме является формирование в социальных медиа положительных ожиданий от путешествия. Наиболее эффективные инструменты – красочные фотографии и видеоролики о рекламируемой дестинации, и большинство туристских компаний для мотивации покупки используют в своих постах именно визуальную составляющую.

Также в этой области особое значение принимает этап модерации, то есть взаимодействие с клиентами [8]. Именно социальные сети – это то место, где любой посетитель может открыто поделиться опытом использования услуг той или иной фирмы, получить быстрый отклик компании и обсудить этот вопрос в комментариях с другими клиентами (в отличие от книги отзывов и предложений).

Отзывы в социальных сетях имеют и другую функцию – на их основании многие потенциальные клиенты принимают решения о приобретении товаров. Несколько негативных отзывов могут заставить их сделать выбор в пользу другой компании – конкурента.

Поддерживать обратную связь действительно необходимо, если

организация заботится об имидже бренда и стремится к тому, чтобы наибольшее количество людей были удовлетворены её продуктом или услугами. Так, американский конгломерат «Starwood Hotels and Resorts» имел в штате 30 сотрудников по работе в социальных сетях, которые находились в шести часовых поясах [10]. Это сделано для того, чтобы иметь возможность отвечать на запросы клиентов в любое время суток: британский сотрудник может получать сообщения посетителя американского отеля. Взаимодействуя таким образом, «Starwood» располагает к себе гостей, повышая их желание снова воспользоваться услугами отелей.

В последнее время особенно популярным форматом продажи и продвижения туристских услуг стали рекомендации лидеров мнений. Так в маркетинге называются люди, обладающие максимально авторитетной точкой зрения для своей аудитории, к ним относятся и трэвел-блогеры и журналисты [9]. Они ездят по региону, пробуют разные развлечения и активности и готовят свои отзывы, которые публикуются в личных блогах и поддерживаются в партнерских сообществах. Многие организации готовы оплачивать их путешествия, чтобы те начали рекомендовать её услуги, создавая волну продаж. По этой причине важно определить, кто является лидером мнений для вашей аудитории и начать вести с ним постоянную работу.

Примечательно, что подобные поездки организуют не только коммерческие организации: к SMM-продвижению с помощью блогеров обращаются и национальные туристские офисы, рассчитывая на увеличение въездного турпотока. Генеральными заказчиками проекта часто выступают туристские представительства регионов, и находятся партнёры проекта на местах: средства размещения, питания и т.д.

Заключение

Подводя итоги, можно заявить, что SMM является относительно новым методом продвижения и уже успел зарекомендовать себя в качестве эффективного инструмента в индустрии туризма. Социальный медиа-маркетинг отличается быстрым запуском, широким охватом, простотой в обращении и возможностью мгновенного взаимодействия с клиентами. В современных условиях правильно спланированная маркетинговая политика и качественная работа в социальных сетях несомненно добавляет конкурентных преимуществ туристским организациям, оказывая положительное влияние на узнаваемость бренда, лояльность клиентов и, как результат, увеличение продаж.

Научный руководитель работы:

Поздняков Константин Константинович, к.э.н., доцент, декан факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Литература

1. Алдарова И.К. Социальные сети как инструмент современного маркетинга // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. №2 (7). С.6-10.
2. Артюхова Т.З., Пырьева Т.А. Особенности маркетинга в Интернете на примере российских социальных сетей // Инновационная наука. 2017. №2-1. С.155-157.
3. Валединская Е.Н., Астафьева О.А., Бочарова Э.А. Специфика эффективного маркетинга в социальных сетях // Дискуссия. 2017. №6 (80). С.22-26.
4. Валько Д.В. Роль социальных сетей в современном маркетинге и менеджменте // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. №3 (67). С.91-94.
5. Григорьева Д.К. Роль Social Media Marketing в продвижении туристского

- продукта // Новая наука: проблемы и перспективы. 2015. №4 (4). С. 161-166.
6. Лочан С. А., Федюнин Д. В. Этапы разработки стратегии продвижения продукции в социальных сетях // ТДР. 2012. №4. С.29-32.
 7. Ниязбаева А.Т., Гвалия Р.Р. Управление социально-экономическими системами: теория, методология, практика: Сборник статей III Международной научно-практической конференции (Пенза, 27 декабря 2017 г.). Т.1 /Наука и Просвещение; отв. ред. Г.Ю. Гуляев. - Пенза, 2017. - С. 366.
 8. Слугина Ю.Н. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: проблемы и перспективы // Финансы: Теория и Практика. 2015. №2 (86). С.130-134.
 9. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов .- М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 233 с.
 10. S. Shankman, "What It's Really Like to Be a Hotel Social Media Manager," 2014, <http://skift.com/2014/07/29/what-its-really-like-to-be-a-hotel-social-media-manager>. (Дата обращения: 30.03.2018).
 11. Левада-центр. Пресс-выпуск «Пользование Интернетом» [Электронный ресурс]. 2018. URL:<https://www.levada.ru/2018/01/18/polzovanie-internetom>. (Дата обращения: 27.02.2018)

Ермакова П.А.

студентка Факультета
международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
po.ermakova@gmail.com

Роль эко-отелей в создании конкурентной среды в сфере гостеприимства**Аннотация**

В статье приведен анализ факторов роста популярности эко-отелей. Текущее состояние на рынке гостеприимства и эко-отелей. Приведены возможные пути решения существующих проблем и предложения по совершенствованию данной сферы.

Ключевые слова

туризм, эко-отели, экология

Polina A. Ermakova

student of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial
University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
po.ermakova@gmail.com

The role of eco-hotels in creating a competitive environment in the hospitality industry**Abstract**

The article analyzes the growth factors of the popularity of eco-hotels. Current status in the hospitality and eco-hotels market. Possible ways of solving existing problems and suggestions for improving this area are given.

Keywords

tourism, eco-hotels, ecology

Факторы роста популярности эко-отелей

На сегодняшний день все более популярным становится направление экологического туризма. Ведущая среди основных причин популяризации экологического туризма – это усиливающаяся из-за массовости туризма нагрузка на природные и культурно исторические ресурсы. Эта нагрузка возрастает прямо пропорционально темпам роста туристских посещений.

В связи с растущим уровнем популярности экологического туризма всё более популярным становится направление экологически чистых отелей. Как правило, такие отели пользуются спросом у обеспеченной части населения. Желание людей жить в эко-отеле обусловлено осознанием ухудшающейся экологической ситуации в мире.

Согласно данным исследований TripAdvisor.com, представленных на сайте Forbes, опрос 1300 американских путешественников показывает, что почти

две трети путешественников (62%) часто или всегда учитывают отношение к экологии при выборе отелей. Опрос, опубликованный TripAdvisor.com, также показывает, что 69 процентов респондентов заявили, что планируют сделать еще более экологически чистый выбор в ближайшие двенадцать месяцев.

Опрос также показывает, что отели могли бы лучше рекламировать свою эко-направленность. 64 процента респондентов заявили, что они редко или никогда не чувствуют себя в курсе того, действительно ли отели экологичны. Большая часть респондентов (93%) не берут на себя ответственность утверждать, что отели, позиционирующие себя как «эко-отели», действительно таковыми являются [1].

С целью продвижения эко-направленности сегодня TripAdvisor запустил новую рейтинговую услугу под названием TripAdvisor Green Leaders в партнерстве с Energy Star, Советом по экологическому строительству США и Программой Организации Объединенных Наций по окружающей среде. Данная

рейтинговая система оценивает отели США от «бронзы» до «платины» в соответствии с их природоохранными практиками: повторное использование полотенец, переработка, компостирование, энергоэффективные приборы, солнечные панели, электромобильные зарядные станции, зеленая кровля и многое другое. В дальнейшем планируется распространить эту систему не только на территорию США, но и всего мира [3].

Эко-отели на рынке гостиничного бизнеса

Во все времена формирование предложения зависит от существующего на рынке спроса. В свою очередь спрос зависит от платежеспособного населения. Существуют различия между тем, как поколения ценят экологичность. Согласно данным информационного агентства HermesThemes, оба поколения бэби-бума (родившиеся между 1946-1964 годами) и поколения X (родившиеся между 1961-1981 годами) являются экологически сознательными (44% бэби-бумеров и 42% поколения X называют себя «защитниками окружающей среды»). В настоящее время бэби-бумеры являются основой индустрии туризма, и у поколения X есть время и деньги, чтобы тратить на поездки. Естественно, это важные группы потребителей для экологически-чистых отелей.

В свою очередь поколение миллениалов (родившиеся между 1981-2001 годами), крупнейшее поколение – потребители будущего, хорошо информированы, и они ценят устойчивое потребление. 66% заявили, что готовы платить больше за услуги компаниями, которые привержены созданию положительного воздействия на окружающую среду [4].

Эко-отели весьма конкурентоспособны, в связи с тем, что сами по себе отели являются дорогостоящими и потребитель, как

правило, – выходец из класса выше среднего. Ожидания данной публики весьма завышены, туристы данного класса хотят комфорта и современности от отеля. Однако с точки зрения ценообразования эко-отели на порядок дороже обычных отелей.

Повышение уровня конкурентоспособности эко-отелей

Для того, чтобы повысить уровень конкурентоспособности эко-отелей на рынке гостиничного бизнеса, необходимо выявить негативные стороны. На сегодняшний день большинство туристов определяют следующий перечень минусов эко-отелей:

- Высокая стоимость – первый и основной недостаток эко-отелей, отмеченный туристами.

- Удаленность от городской инфраструктуры – большинство эко-отелей расположены вдали от городской инфраструктуры.

- Как следствие предыдущей проблемы – низкий уровень транспортной доступности

- Низкий уровень маркетинга (недостаточная реклама) – распространено мнение потребителя о том, что несмотря на уже существующее количество эко-отелей, очень тяжело найти что-то подходящее.

Решение такого количества проблем требует вложения немалого количества денежных средств и временных ресурсов. Однако, возможными решениями могут стать следующие способы: увеличение срока окупаемости отеля со стороны производителя, а также сотрудничество с туроператорами и турфирмами (продажа мест оптом).

Решением проблемы высокой стоимости может стать повышение сроков окупаемости строительства эко-отеля. Как следствие, есть возможности снизить цену. Также решением данной проблемы может стать сотрудничество эко-отелей и турфирм/туроператоров. Существует

возможность снижения стоимости за счет увеличения объема продаж.

Следующая проблема, которая на данный момент времени является одной из наиболее актуальных: удаленность от городской инфраструктуры. Решением данной проблемы может стать ГЧП.

ГЧП представляет собой альтернативу приватизации жизненно важных, имеющих стратегическое значение объектов государственной собственности. В данной сфере ГЧП может стать решением посредством сотрудничества государства и частного партнерства за счет создания нерегулярных или регулярных рейсов.

С целью решения проблемы маркетинга можно использовать различные международные средства. На примере РФ можно говорить о годе экологии и о проведении Чемпионата мира по футболу – 2018. В связи с тем, что проведение Чемпионата мира по футболу предполагает бережное отношение страны-хозяйки к окружающей среде, а также с учетом разработанной программы гостеприимства Чемпионата мира, эко-отели являются наиболее подходящим видом размещения туристов [5].

Подводя итоги, можно отметить, что экология – очень сильная тенденция. Убеждения или мода заставляют людей заботиться о земле, а подобное мышление стало идеалом многих. В результате эко-отели стали все более популярной альтернативой в индустрии туризма, поэтому рост спроса привел к широкому кругу отелей с планетарными вариантами для всех требований. Экологический отель является полностью интегрированным в окружающую среду без ущерба для окружающей среды, что способствует развитию и улучшению местного сообщества, и устойчивому росту индустрии туризма. Однако, стоит отметить существование ряда проблем,

решение которых необходимо и отсутствует на сегодняшний день.

Научный руководитель работы:

Поздняков Константин Константинович, к.э.н., доцент, декан факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Литература

1. Исследование Responsible Travel Transforming the Way the World The Case for Responsible Travel [Electronic source] // Trends and Statistics Stanford University & Washington, DC. – URL: www.responsibletravel.org.
2. Forbes.com Survey: Two-Thirds Of Travelers Want Green Hotels. Here's How To Book Them // Forbes.com – URL: <https://www.forbes.com/sites/andrewbenben/2013/04/22/survey-two-thirds-of-travelers-want-green-hotels-heres-how-to-book-them/#4963de272e2f>
3. Hotel Sustainability: Why Hotels Should Go Green // HermesThemes.com – URL: <https://www.hermesthemes.com/hotel-sustainability-hotels-go-green/> (Дата обращения: 20.02.2018).
4. Программа гостеприимства FIFA 2018// Официальная программа гостеприимства – URL: https://hospitality.fifa.com/docs/default-source/docs-fwc18/match_hospitality_exclusive-launch_digital_rus.pdf (Дата обращения: 27.02.2018).

**Черткова Анастасия
Александровна**

студентка Факультета
международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
Chertkova-2011@mail.ru

Событийный туризм как движущий фактор социально-экономического развития регионов

Аннотация

Статья посвящена событийному туризму, как перспективному направлению туристской деятельности, находящемуся на стадии становления в регионах России и являющемуся важным фактором в социально-экономическом развитии.

Показан ряд важнейших функций событийного туризма с точки зрения регионального развития. Отмечены тенденции событийного туризма, которые находят своё отражение в социальной и экономической политике органов власти и способствуют полному раскрытию событийного туризма, как эффективного способа регионального развития.

Анализ ряда соответствующих мер, необходимых для принятия в работу, поможет повысить эффективность мероприятий и их значимость в регионах. Цель данной статьи – оценить и доказать необходимость проведения мероприятий событийного туризма в регионах России. Результаты показали, что несмотря на новизну направления, при правильном подходе событийный туризм является эффективнейшим средством социально-экономического развития.

Ключевые слова:

социальный, экономический, развитие, туризм, событийный туризм, регионы

Anastasia A. Chertkova

student of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial
University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
Chertkova-2011@mail.ru

Event tourism as a driving factor of social and economic development of the regions

Abstract

The article is dedicated to event tourism as a perspective direction of tourism activity, which is now at the stage of formation in Russian regions and which is an important factor of socio-economic development.

Some important functions of event tourism are shown. The article also highlights the trends of event tourism, which are reflected in the social and economic policy of the authorities and which contribute to the full disclosure of event tourism as an effective way of regional development.

Analysis of a number of appropriate measures that are necessary to work with, will help to increase the effectiveness of the events and their importance in the regions.

The purpose of this article is to evaluate and prove the necessity of event tourism in the Russian regions.

The results showed that, despite the novelty of such direction as event tourism, with the right approach, event tourism is an effective program of socio-economic development.

Keywords

social, economic, development, tourism, event tourism, regions

Введение

Одной из актуальных задач государства на сегодняшний день является социально-экономическое развитие регионов. Именно социально-экономическое развитие регионов во многом отражает конкурентоспособность государства. Одна из современных проблем – это сильная дифференциация регионов и ослабление региональных политик. Одной из отраслей, способных

улучшить структуру экономики регионов, является туризм. Он способен привнести значительный вклад в формирование внутреннего регионального продукта. В последнее время всё большую популярность приобретает такое направление, как событийный туризм. Для социально-экономического развития регионов событийный туризм является наиболее эффективным видом туризма и выполняет важнейшие функции.

Определение роли и значения событийного туризма в социально-экономическом развитии регионов

Социально-экономическое развитие регионов – важный показатель мощи государства, который приобретает всё большее и большее значение в экономике государства. Социально-экономическое развитие – многоаспектный процесс, включающий в себя различные социальные и экономические цели, подразумевающие прогрессивные изменения. Для государства данное развитие – одно из важнейших направлений, так как именно за счет развития регионов во многом обеспечивается конкурентоспособность государства на мировой арене. Социально-экономическое развитие можно также обозначить как изменение в структуре региона, связанное с изменением душевых значений валового регионального продукта. Проблема данного развития становится особенно актуальной во время кризиса и системных изменений в государстве.

В современных условиях социально-экономическое развитие региона рассматривается как направленность на обеспечение сбалансированного развития субъектов Российской Федерации, сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов и качестве жизни. Кроме этого, социально-экономическое развитие можно рассматривать, как процесс трансформации, который затрагивает наиболее глубинные процессы экономики предприятия и социальную систему, которые привязаны к конкретным регионам.

Одним из важных направлений развития региона на сегодняшний день является туризм. По данным Всемирного совета туризма и путешествий (WTTС), вклад туристической отрасли в основные показатели социально-экономического

развития стран и регионов мира в значительной степени варьируется. Дифференциация уровня влияния туризма на экономику по странам и регионам мира носит закономерный характер: различия определяются уровнем экономического развития регионов, уровнем диверсификации экономики страны, стадией развития туристического рынка, наличием и уровнем реализации туристического потенциала и диверсификации предоставляемых туристических услуг, зависимостью сфер экономической деятельности от туристической индустрии. Однако развитие туристической отрасли в любой стране с каждым годом приобретает всё большее и большее значение. Это связано с тем, что туризм оказывает прямое влияние на развитие всей связанной с ним инфраструктуры. Развитый туризм, благодаря большому потоку приезжих, обеспечивает региону экономическую стабильность, выраженную растущим денежным доходом, увеличивающимся количеством рабочих мест и дополнительным товарооборотом.

Одно из новых направлений туризма сегодня – событийный туризм. Событийный туризм — это вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения события. Событийный туризм приурочен к каким-либо значимым общественным мероприятиям, привлекающим своей уникальностью большие массы туристов. События данного вида туризма могут относиться к сферам культуры, спорта, гастрономии, бизнеса и многим другим.

Для регионов событийный туризм особенно важен, так как он позволяет максимально эффективно использовать туристские возможности региона. Он объединяет в единый туристский продукт все ресурсы: постоянные (памятники,

музеи, природные достопримечательности и исторические места) и временные. С точки зрения развития регионов событийный туризм также выполняет ряд важнейших функций:

- создание дохода;
- стимулирование развития инфраструктуры населенного пункта;
- создание новых рабочих мест;
- сохранение и популяризация историко-культурного наследия;
- способствование возрождению «пассивных» городов и посёлков;
- помощь в формировании положительного и привлекательного имиджа региона.

Значимость событийного туризма в социально-экономическом развитии региона отражается в соответствующих экономических и социальных эффектах.

Экономический эффект выражается в повышении экономического уровня в сопряжённых с событийным туризмом отраслях (торговля, транспорт, общественное питание), а также с налоговыми поступлениями в государственные и региональные бюджеты. Согласно исследованиям, особенно эффективным инструментом событийный туризм является в условиях экономического кризиса. В период проведения мероприятий активизируется деятельность многих туристских объектов, что находит своё отражение в улучшении экономики дестинации. Однако в большинстве случаев влияние событийного туризма на экономику того или иного региона носит лишь частичный характер, поскольку только часть денежных средств, полученных от проведения мероприятия остаётся в экономике региона. Другая же часть расходуется на налоги и уходит в бюджет вышестоящих уровней, ввиду чего происходит отток денежных средств. Таким образом эффективность событий для экономики региона увеличивается лишь в том случае, если во время его организации

используется как можно больше местных поставщиков и производителей. Как следствие, уменьшается утечка денежных средств и увеличивается занятость населения.

Социальный эффект событийного туризма отражается в увеличении показателей качества жизненного уровня жителей региона и его инфраструктуры, а также в создании дополнительных рабочих мест во время проведения мероприятий и в удовлетворённости туристов и местных жителей проведенными мероприятиями (рекреационная функция). Кроме того, массовые мероприятия стимулируют жителей региона к развитию духовных, исторических и культурных ценностей. Мероприятия событийного туризма в дальнейшем находят своё отражение в социальной политике государства. Например, события спортивно-событийного туризма привлекают молодежь к занятию спортом и улучшению здоровья, что в будущем сократит затраты государства на различные выплаты социального характера.

Событийный туризм как движущий фактор развития регионов имеет несколько тенденций:

1. Со стороны органов власти регионов наблюдается рост интереса к становлению и популяризации этого вида туризма, т.к. именно событийные мероприятия являются информационной основой продвижения территорий, содействуют формированию туристского имиджа региона, выступают катализаторами экономической деятельности региона и способствуют развитию маркетинговой политики (брендирование, маркетинг территорий и многое другое).

2. Наблюдается стремление к более полному раскрытию событийного туризма и выявления неиспользованных событий и объектов, что в свою очередь будет раскрывать туристский потенциал региона

и показывать его неиспользованные ресурсы.

3. Использование межрегионального партнерства при разработке и реализации событийных проектов позволяет не только расширить программы событийных туров, но и наладить связи и партнерство между соседствующими регионами.

4. Необходимая материальная база и площадки для организации мероприятий, обеспечивающие безопасность и требуемый уровень сервисного обслуживания в конечном итоге способствуют повышению качества большинства услуг в регионе.

Для эффективного развития событийного туризма в регионе и повышения его эффективности с точки зрения экономики и социальной политики необходим ряд соответствующих мер:

- Активная реклама и информационная поддержка.

- Упор на внешние финансовые источники и спонсорство, что в дальнейшем может помочь привлечь средства не только в туризм, но и в другие проблемы региона.

- Создание «бренда» территории и его «фишек».

- Привлечение к событиям всех участников и совместная координация: органов власти, учреждений культуры, спорта и малого предпринимательства.

- Чёткий процесс организации и планирования событийных мероприятий.

Заключение

Таким образом, событийный туризм играет важную роль в решении социально-экономических задач территорий. Особую актуальность приобретает включение событийного туризма в программы долгосрочного развития, принимаемые местными органами власти, так как событийный туризм является важнейшим катализатором повышения социально-экономического уровня развития регионов.

Важно включать в эти программы субсидирование развития туристической инфраструктуры, план мероприятий по подготовке кадров, информационное продвижение событийных туров. Реализация вышеуказанных мер положительно отразится на социально-экономическом развитии региона.

Научный руководитель работы:

Аверин Александр Владимирович, к.филос.н., доцент, заместитель декана факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Литература

1. Алексеева О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Российская Международная академия туризма. Москва, 2012.
2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. – Ростов-на Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
3. Власова Т.И., Алейников А.В. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион (на примере г. Санкт-Петербурга) // Вестник Национальной академии туризма. – 2015. №1(33). – С. 38-40.
4. Казарина А.С., Лебедева Т.Е. Событийный туризм как актуальное направление туризма // В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. Нижний Новгород, 2014. С. 13-16.
5. Романова И.А., Анисимова В.В., Рововая Т.А. Событийный туризм как перспективное направление интеграции России в мировой туристский рынок // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2015. Т. 1. №1. – С. 415-419.

Чернышенко Н.С., Козлов Д.В.

студенты магистратуры по направлению «Государственное и муниципальное управление» Факультета управления и политики, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации Россия, г. Москва
pekari7@yandex.ru,
Dmitry_kozlov_7@mail.ru

Диев Н.Д.

студент магистратуры по направлению «Финансы и кредит» Финансового факультета, Российский экономический университет имени Плеханова, Россия, г. Москва
Dnd.nik@yandex.ru

Chernyshenko N.S., Kozlov D.V.

master's degree students in "State and municipal management" of the Faculty of management and policy, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO-University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia
pekari7@yandex.ru,
Dmitry_kozlov_7@mail.ru

Diev N.D.

master's degree student in "Finance and credit" of the faculty of Finance, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Dnd.nik@yandex.ru

Развитие туристической инфраструктуры города Москвы как первый шаг к масштабным изменениям в туристической отрасли

Аннотация

В работе на основании исследования въездного туризма в Россию мы анализируем его современное состояние и выявляем основания для увеличения его объема. В процессе исследования выводятся главные проблемы, которые, на наш взгляд, стоят перед отраслью. В научной работе приведены практические предложения по усовершенствованию ситуации с туристической отраслью, по улучшению туристического бренда в условиях современного научно-технического прогресса. В качестве практической части работы приведены стоимостные затраты нововведений и ожидаемый эффект от их внедрения.

Ключевые слова:

веб-платформа туризма, экономный туризм, улучшение туристического бренда, мобильное приложение для туриста

Development of touristic infrastructure in Moscow as the first step towards large-scale changes in the tourism industry

Abstract

Exploring inbound tourism the authors specify its condition and find some grounds for its growth. As a result of this work some key problems preventing the area from prosperity are highlighted. This scientific research includes some ideas for improving touristic sphere at large and developing Russia tourist brand in modern scientific environment. Practical part of this paper consists of expenses worked out for suggested unique practices and effect of their implementation.

Keywords

touristic web-platform, thrifty tourism, tourist brand development, mobile application for tourists

Введение

Положение России за последние годы на рынке туристических услуг постепенно ухудшается. Согласно докладу Международной туристской организации при ООН в 2016 году Российскую Федерацию посетило 24 551 000 человек, что меньше чем в 2014 и 2015 годах [1]. За год туристический поток из других государств в нашу страну снизился на 8,6%. Целевые ориентиры, установленные в

Стратегии развития туризма в России, не выполняются и не будут достигнуты на плановый период (см. табл. 1). Причинами кризиса в туристической отрасли можно назвать многие факторы: падение экономики страны, геополитическая напряженность в мире, информационное воздействие на Россию в иностранных государствах. Но в мире существуют примеры, когда страны и с существующими проблемами становятся привлекательными для туризма: Греция, со своими экономическими трудностями, Тунис или Египет, со своей политической

нестабильностью. По мнению авторов, несмотря на тот факт, что туризм в России отличается от туризма в указанных странах (у нас большая доля путешествий по объектам культурного наследия и экологического туризма, в то время как горнолыжный и курортный туризм не сильно ценятся иностранными отдыхающими), проблемы, с которыми столкнулась Российская Федерация, происходят из-за неразвитой туристической инфраструктуры и слабого туристического бренда.

открыть дополнительные рынки для реализации национального продукта. Такие масштабные спортивные события, как Олимпиада в Сочи – 2014, Универсиада в Казани – 2013, Чемпионат мира по футболу – 2018, помогают нам создать основу для будущего поступательного развития в этом направлении, но для эффективного результата следует развивать туристический бренд и осуществлять целенаправленные вложения в инфраструктуру мест, массового скопления туристов.

Таблица 1 – Целевые ориентиры, установленные Стратегией развития туризма в РФ.

Источник: [4]

Целевой показатель	Единица измерения	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Въезд иностранных граждан в Российскую Федерацию	млн. поездок	30,5	32	33,6	35,5	37,7	40
Численность лиц, обслуженных в гостиницах и аналогичных средствах размещения	млн. человек	48	51	56	68	72	77
Количество гостиниц и аналогичных средств размещения на конец года	единиц	10766	11573	12441	13374	14377	15456
Единоновременная вместимость гостиниц и аналогичных средств размещения на конец года	тыс. мест	714	767	825	887	953	1025
Число ночевков в гостиницах и аналогичных средствах размещения	тыс. единиц	85000	91000	97500	104500	112000	120000
Объем платных услуг, предоставляемых гостиницами и аналогичными средствами размещения	млрд. рублей	161	174	185	198	212	228
Инвестиции в основной капитал гостиниц и аналогичных средств размещения	млн.рублей	23746	26278	29501	35025	37337	39800

В настоящее время необходимость развития туризма не подвергается сомнению. В целях диверсификации экономики необходимо направлять инвестиции на возведение инфраструктуры, что позволит наполнить бюджет дополнительными доходами, а также

1. Перспективы России на туристическом рынке

Российская Федерация является 12-й страной мира по объему привлеченных туристов, уступая таким странам, как Малайзия, Гонконг, Таиланд, Греция и другим. Например, государством-лидером

по данному показателю является США с 75 608 000 человек [1]. Доходы от туристической деятельности в России составляют 7 788 000\$ (1,7% от общемирового дохода от туризма). В то время как на США приходится 65,8% мирового дохода с 205 940 000\$. Доля ВВП России от туристических доходов – 3,4%, в то время как во многих странах 10% ВВП формируется данной статьёй доходов [2].

Данные цифры иллюстрируют потенциальную возможность для роста отрасли в целом в нашей стране. Российская Федерация обладает обширной территорией, огромным количеством памятников культурного наследия, выход к бесчисленному количеству морей, а также имеет накопленный опыт многовековой цивилизации. Возможности нашей страны и интерес к ней гораздо выше тех цифр, которые отражают настоящее положение дел.

К тому же по прогнозам ООН к 2030 году наибольшее количество туристов будет посещать Европу, а объем мирового туристического потока увеличится вдвое, что будет констатировать тот факт, что передвижение по миру и посещение других стран станет уже неотъемлемой потребностью большей части населения мира. Данные обстоятельства добавляют перспектив Российской Федерации на туристическом рынке, так как объем рынка во всем мире увеличивается вместе со спросом на данные услуги.

Неустойчивое положение рубля к иностранным валютам, а также напряженная геополитическая обстановка в мире создают возможность для привлечения граждан Российской Федерации к туристическим поездкам внутри страны. Что также способствует увеличению спроса на туризм в России. При развитии туризма необходимо ориентироваться не только на иностранных туристов, но и на российских граждан.

2. Существующие проблемы в туристической отрасли

Для анализа существующих проблем в данной сфере необходимо разделить их на две группы: трудности, препятствующие привлечению туристов из других стран, и препятствующие привлечению туристов из нашей страны.

По нашему мнению, низкие показатели туристической деятельности и доходов от въездного туризма связаны со слабым туристическим брендом страны и неразвитой туристической инфраструктурой. Большинство объектов инфраструктуры не адаптировано под иностранного туриста. Наименьшее количество проблем испытывают иностранные граждане, посещающие нашу страну в составе организованных групп. Но стоит иметь в виду, что около 2/3 всех туристов посещают Россию неорганизованно, самостоятельно формируя тур, решая все вопросы с отелями, трансфером и культурной программой [3].

По уровню знания английского языка населением нашей страны мы занимаем 38 место (из 80 стран индекса) [8]. Уровень распространения английского языка в туристической инфраструктуре – низкий, особенно в регионах. Учитывая тот факт, что русский язык не является международным языком общения, и на нем говорят преимущественно в Восточной Европе, у иностранных туристов возникают языковые проблемы при посещении Российской Федерации [7].

Соответственно, первой проблемой для иностранного туриста, приезжающего неорганизованным способом является язык и недостаточная адаптация инфраструктуры под его возможности. В настоящее время путешествие в Россию создает множество проблем из-за отсутствия комплексной поддержки иностранного туриста.

Второй важнейшей проблемой туристической деятельности в Российской

Федерации является недостаточное развитие туристического бренда. Под туристическим брендом, в данном случае, мы понимаем устойчивую ассоциацию России с местом, где у иностранного туриста не существует никаких проблем с адаптацией и путешествием.

Что касается проблем, связанных с внутренним туризмом, то можно выделить затруднённое взаимодействие бизнеса туристической отрасли и объектов культуры (музеи, выставки, иные культурные достопримечательности), особенно на муниципальном уровне. Зачастую данные учреждения не заинтересованы во взаимодействии с бизнесом, что ухудшает качество предоставляемых туристических услуг.

Также для увеличения внутреннего туризма и привлечения российских граждан комплексные действия в области культуры и молодежной политики. В России в настоящее время зафиксирован снижающийся уровень культуры, ухудшение знаний в области истории и растущий «барьер ментальности», - явление, при котором посещение музеев и других объектов культурного наследия является непрестижным и не одобряется обществом, особенно в молодежной среде. Несмотря на то, что многие представители молодого поколения осознают важность и образовательную функцию музея, около 40% молодёжи считает, что «есть занятия поинтереснее» [9].

3. Платформенное решение проблем туристической отрасли

Существующие проблемы в отрасли на фоне имеющихся перспектив развития туристической отрасли тормозят развитие данной сферы в России. Предложением, которое решило бы многие проблемы, связанные с туризмом, является создание интернет-платформы, своеобразного туристического портала для всех туристов, посещающих страну: как иностранцев, так и граждан Российской Федерации.

В настоящее время доступ к смартфону имеется у 40% людей, проживающих на нашей планете. И около 97% путешественников имеют возможность пользоваться данным устройством [10]. Интернет-платформа в виде мобильного приложения на телефон позволит решить огромное количество проблем. Приложение будет являться справочником туриста с обозначением всех местных отелей, кафе и иных объектов инфраструктуры, позволяющим также ориентироваться по туристическим достопримечательностям места пребывания. Существует необходимость создания данного приложения на многих языках мирах: как минимум на 15 самых популярных, чтобы охватить наибольшее количество туристов, которые получают выгоду от данного решения проблемы. Возможно создание системы заранее записанных аудиогидов, воспроизведение которых будет осуществляться на языках приложения через Интернет на безвозмездной основе. Также, по нашему мнению, представляется возможным интеграция сервиса с социальной сетью, где неорганизованные туристы из зарубежных стран смогут найти себе соотечественника и разделить приятные впечатления от страны пребывания.

Реализацию данной идеи необходимо осуществить согласно стратегии MVP (Minimum Valuable Product). Функционирование сервиса следует протестировать на одном регионе: город Москва. Данный шаг позволит узнать эффективность сервиса при меньших затратах. Предполагаемый срок, который необходим для исполнения решения и отслеживания показателей эффективности, и который обычно требуется для проектов подобного типа – 12-18 месяцев.

При осуществлении данной идеи необходимо руководствоваться интересами трёх сторон: государство, бизнес-сообщество и туристы. Для государства

представленное решение проблемы поможет решить следующие задачи:

- Увеличение количества туристов, что повлечет за собой приток денежных средств в экономику. Ориентированность сервиса на туриста, непременно, повлечет за собой повышение удовлетворенности от пребывания и адаптации в России;

- Увеличение доли ВВП от туристической отрасли и диверсификация экономики;

- Удобный способ передачи информации и получения огромного массива данных. Предлагаемый сервис может собирать огромный массив информации, что при правильном использовании технологии BigData может увеличить эффективность средств, вложенных в инфраструктуру туристической отрасли.

- Культурное просвещение населения Российской Федерации и изменение общественного мнения о нашей стране в иностранных государствах. Благодаря тому, что приложение на бесплатной основе будет предоставлять аудиозаписи с экскурсией уровень культурного развития населения увеличится, но только в совокупности с другими действиями, направленными на непосредственное привлечение туристов на объекты культурного наследия (обязательные экскурсии в школах, конкурсы, кружки при учреждениях).

Туристы также получают выгоды от использования сервиса:

- Удобный доступ к полезной информации. Возможна публикация интересной информации о России, а также аналог популярных запросов в поисковых системах – рубрика «10 вещей, которые нужно знать о России». Также сервис может содержать телефоны и адреса всех экстренных служб и посольств для разрешения проблем в случае возникновения экстренных ситуаций;

- Путеводитель по незнакомым местам. Приложение будет содержать карту

города с отметкой наиболее известных и посещаемых достопримечательностей. В последствии возможно создать заранее подготовленные пешие туристические маршруты, проходящие через такие объекты;

- Доступ к туристической инфраструктуре места пребывания. Мобильное приложение будет интегрировано с сервисом вызова такси и бронирования отелей, что облегчит ориентацию туриста в незнакомом городе. Также на карте будут отмечены иные объекты инфраструктуры: банкоматы, аптеки, обменные пункты и иные учреждения, необходимые туристу;

- Получение информации на родном языке (актуально для иностранных туристов). Сервис предоставляет актуальную информацию на родном для туриста языке. А в совокупности с формированием службы поддержки на иностранных языках данное решение проблемы заметно увеличит уровень удовлетворённости туристов. К тому же создание прототипа социальной сети на базе данного приложения позволит разрешить проблему общения соотечественников на территории нашего государства.

Реализация платформенного решения также предоставляет некоторые преимущества и участникам туристической деятельности – организациям, оказывающим туристические услуги:

- Мощный маркетинговый инструмент. Любая компания будет стремиться к включению ее в список объектов туристической инфраструктуры и продвигаться как можно выше. Если организовать продвижение на конкурсной основе, то данный факт поспособствует развитию здоровой конкуренции. Если же организовать рейтинги таких учреждений, где размещение информации об организации будет представлять собой рекламные услуги, то сразу появляется

возможность монетизации и осуществления проекта на основе концессионного соглашения, используя механизмы государственно-частного партнерства.

– Возможность для расширения предложения и улучшения качества услуг. Рейтинговая система заставит организации следить за качеством оказываемых услуг, а наличие маркетинговой платформы поспособствует выходы на рынок большему количеству уникальных продуктов, которые получают возможность найти своего покупателя;

– Быстрое реагирование на запросы целевой аудитории. Сервис позволит получать обратную связь об оказываемых услугах и улучшать качество их оказания;

– Возможность выхода на иностранных туристов для мелких участников рынка. Туристический сервис создаст «окно возможностей» для малого бизнеса и поможет им привлечь целевую аудиторию качеством оказываемых услуг.

Реализация проекта возможна двумя способами: как с привлечением государственно-частного партнерства, так и с участием государственного финансирования.

На основании затрат на подобные проекты в других отраслях, используя метод аналогии, мы определили, что сумма затрат на весь проект во всероссийском масштабе будет составлять не более 1 млрд. рублей при максимальном наполнении сервиса. На реализацию же усеченного проекта в рамках MVP в городе Москве – 300 млн. рублей.

Заключение

Таким образом, можно сделать вывод, что Россия обладает огромными возможностями в сфере туризма со своей территорией, национальным многообразием, культурой и историей цивилизации, но исходя из нынешней ситуации выгодами из наших возможностей государство воспользоваться не может. Необходимы масштабные

изменения в туристической отрасли с привлечением частных инвесторов. Первым шагом, который, по нашему мнению, поможет сформировать базу для будущих успехов, является создание единой туристической платформы в виде приложения, которое не только облегчит пребывание туриста в нашей страны, но и косвенно поспособствует достижению других показателей, закрепленных в Стратегии развития туризма в России.

Научный руководитель работы:

Павлюк Альберт Валентинович, к.ю.н., кафедра государственного управления и права, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Россия, г. Москва

Литература

1. UNWTO Tourism Highlights. 2017 Edition.
2. В 2016 году туризм обеспечил России 3,4% ВВП // Интернет журнал о российском туризме: сайт. – URL: <https://rtournews.ru/blog/tournews/v-2016-godu-turizm-obspechil-rossii-3-4-vvp.html> (дата обращения 10.03.2018).
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебное пособие. – Томск: Издательство ТПУ, 2015.
4. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ от 31.05.2014 № 941-р // Собрание законодательства РФ. - 16.06.2014. - № 24. - Ст. 3105.
5. О федеральной целевой программе "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы): Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 // Собрание законодательства РФ. - 22.08.2011. - № 34. - Ст. 4966.
6. Официальный портал федеральных целевых программ // URL: <http://www.programs->

- gov.ru/razvitieturizma/ (дата обращения 10.03.2018).
7. The future of language // Washington Post Website. – URL: https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/09/24/the-future-of-language/?utm_term=.e839980e860f (дата обращения 10.03.2018).
 8. English Proficiency Index // website. – URL: <https://www.ef.ru/epi/regions/europe/russia/> (дата обращения 10.03.2018).
 9. Хачатрян Людмила Александровна, Чернега Артем Андреевич. Социальная польза музея для учащейся молодежи: сущность и проблемы // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2012. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-polza-muzeya-dlya-uchascheysya-molodezhi-suschnost-i-problemy> (дата обращения: 13.03.2018).
 10. Yiwen Wu. Global Smartphone User Penetration Forecast by 88 Countries: 2007 – 2022 // URL: <https://www.strategyanalytics.com/access-services/devices/mobile-phones/smartphone/smartphones/market-data/report-detail/global-smartphone-user-penetration-forecast-by-88-countries-2007---2022-UPDATED#.WqgEDevyjIV>

Клюкина Вера Андреевна

магистрант Института
экономики и финансов,
ФГБОУ ВО «Российский
университет транспорта
(МИИТ)»,
Россия, г. Москва
v.lyalina1@yandex.ru

Подготовка спортивных менеджеров в России и за рубежом

Аннотация

В работе отмечена роль спортивного менеджера в организации спортивных мероприятий, значение качественной подготовки специалистов, рассмотрен вопрос обучения спортивных менеджеров в российских и зарубежных высших учебных заведениях, исследован сегмент образовательного рынка.

Ключевые слова:

спортивный менеджер, спортивное образование, организатор спортивных мероприятий, спортивный менеджмент

Vera A. Klyukina

master's degree student of the
Institute of Economics and
Finance, Russian University of
Transport (MIIT),
Moscow, Russia
v.lyalina1@yandex.ru

Training of sports managers in Russia and abroad

Abstract

The role of the sports Manager in the organization of sports events, the importance of quality training of specialists, the issue of training of sports managers in Russian and foreign universities, the segment of the educational market.

Keywords

sports manager, sports education, organizer of sports events, sports management

Введение

Актуальность вопросов подготовки спортивных менеджеров в России обусловлена проведением на территории страны крупных спортивных мероприятий – Чемпионат мира по футболу (2018), этап «Формулы-1» (2019), Всемирная зимняя Универсиада (2019) и игры Чемпионата Европы по футболу (2020), Международные соревнования по шорт-треку, бобслею и скелетону, санному спорту, фигурному катанию, горным лыжам. Организация соревнований – это трудоемкий процесс, в котором присутствует множество участников.

1. Истоки и специфика развития спортивного менеджмента в России

Спортивный менеджер играет важную роль в процессе подготовки соревнований – это человек, который способен нестандартно мыслить в любой ситуации и профессионально решать поставленные ему задачи в организационно-управленческой деятельности.

В условиях рынка частные спортивные организации могут не выжить без высококвалифицированного специалиста, в их сферу ответственности входит огромный объем работ – от поиска рекламных спонсоров и подписания контрактов с игроками до хозяйственных и бытовых вопросов. Выделяют следующие функции спортивного менеджера:

1) Принятие решений. Менеджер определяет направление развития организации на том или ином уровне, решает все вопросы, касающиеся распределения ресурсов, а также производит оперативные корректировки. Он принимает конечное решение о найме на работу того или иного сотрудника и несет всю полноту ответственности за его последствия.

2) Информационная функция. Специалист накапливает информацию о внешней и внутренней среде спортивной организации, распространяет ее в виде нормативных установок, после чего разъясняет персоналу как ближайшие, так и перспективные цели организации.

3) Функция руководителя. Спортивный менеджер формирует отношения внутри и вне подконтрольной организации, мотивирует ее членов на достижение целей, координирует их усилия и выступающего в качестве официального представителя организации при взаимодействии с другими организациями.

В начале 1980 года Международный Олимпийский комитет впервые включил в свою программу вопросы, связанные со спортивным управлением, которое как направление менеджмента должно было способствовать развитию физической культуры и спорта во всем мире. Цель данной Программы базировалась на повышении уровня координирования и создания единой модели подготовки и обучения спортивных менеджеров [5].

В Советском Союзе спортивными менеджерами становились в основном военные силовых ведомств на базе «всеспортивных» клубов, как ЦСКА, «Динамо» и «Спартак». И именно офицеры МВД, КГБ и Министерства обороны занимались «хозяйственным обеспечением спортивной деятельности».

Спортивный менеджмент в России находится только на начальной стадии развития, в то время, как за рубежом профессиональные спортивные лиги имеют давние исторические корни [4].

2. Опыт подготовки спортивных менеджеров за рубежом

Системы подготовки спортивных менеджеров существуют во всех странах Европы. Однако наиболее продвинутыми в этой области считают Великобританию, Францию, Швейцарию и Германию.

Лидером в области образования по спортивному менеджменту в Европе традиционно считается Великобритания. Здесь стать Master of Business Administration in Sport Management можно в бизнес-школах или на соответствующих факультетах 11-ти университетов и в одном институте. Так, в университете Ковентри на

годовой мастерской программе осваивают как общие дисциплины (основы маркетинга, руководства персоналом, финансового менеджмента), так и узкоспециализированные – спортивную журналистику, спортивную экономику, работу со спонсорскими организациями, управление спортивными зданиями и даже спортивный кастинг.

Спортивный менеджмент в Швейцарии выделился из гостиничного менеджмента, готовят по этой специальности учебные заведения, основное направление деятельности которых – подготовка кадров для гостиниц и отелей. Швейцарцы развивают наиболее перспективные направления обучения спортивных управленцев – упор с самого начала делается на специализации (теннис, футбол и т. д.).

Особенность обучения в Германии заключается в том, что здесь дается классическое университетское образование – из стен института выходят экономисты с углубленными знаниями в области правовых основ коммерческой и некоммерческой деятельности спортивных организаций, спонсорства и т. д. Очень важно, что в вузе большое внимание уделяют научным изысканиям: в процессе учебы студенты занимаются исследовательской деятельностью в области процессов управления.

Выпускаемые специалисты являются профессионалами в мире спортивного бизнеса, в совершенстве владеющими вопросами финансирования, планирования, организации, спонсорства и меценатства и другими вопросами, необходимыми для организаций физкультурно-спортивной деятельности различных форм собственности и масштабов.

3. Особенности подготовки спортивных менеджеров в России, требования к спортивным менеджерам

Ключевую роль в подготовке высококвалифицированных спортивных менеджеров в России играют учебные заведения [2].

Обобщение опыта подготовки спортивных менеджеров в ВУЗе и рыночный спрос на специалистов такого профиля показывает, что все большему количеству организаций спортивной отрасли нужны менеджеры с определенным набором умений и навыков.

Вот основные из них:

- владение современными компьютерными технологиями и программами;
- владение английским языком;
- умение формировать информационную политику организации;
- организация работы офиса организации и формирование команды;
- знание основных маркетинговых и управленческих стратегий;
- знание регламентов и положений о соревнованиях для последующей организации спортивных событий.

Анализ отечественного рынка образовательных услуг показал, что обучение по программам спортивного менеджмента в настоящее время осуществляют Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма, Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Волгоградская государственная академия физической культуры.

Практика реализации образовательных программ спортивных ВУЗов России указывает на то, что обучение ведется по укрупненной группе специальностей «Физическая культура и спорт», что не позволяет получить выпускникам квалификацию «менеджер» и овладеть

профессиональными компетенциями в сфере управления. Отсутствует профессиональное образование не только по спортивному направлению, но и управленческо-экономического характера, уровня профессионального мастерства руководителя [3].

Заключение

Спортивный менеджмент – это совершенно новая специализация, которое стоит уделить большое внимание. В России не так много ВУЗов, которые могут предложить подготовку по этим направлениям, поэтому важно взаимодействие, сотрудничество и налаживание связей с Международными партнерами, необходима организация в ходе прохождения студентами производственной практики на крупнейших спортивных турнирах (чемпионаты мира и Европы, этапы Кубков мира и т.д.). Обеспечение стажировок для студентов, в том числе зарубежных, организация курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки смежных специальностей, создание общих программ экономических и спортивных ВУЗов страны, где обучение производится компетентными специалистами в конкретной области знания – важные мероприятия при подготовке спортивных менеджеров.

Научный руководитель работы:

Алексашина Татьяна Викторовна, к.э.н., доцент, кафедра «Экономика труда и управление человеческими ресурсами», ФГБОУ ВО «Российский университет транспорта (МИИТ)», Россия, г. Москва

Литература

1. Аверин А.В., Орлик В.М. Актуальные проблемы формирования и развития проектных команд // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 7-2 (54). С. 3-7.

2. Алексашина Т.В., Алексеев А.Н., Волошина Л.А., Рибокене Е.В., Лебедев К.А., Алексеев И.В., Руденко Ю.С., Разовский Ю.В., Шумаев В.А., Сазонов А.А., Авдеева Т.В., Аверин А.В., Григорьева В.В., Барт Т.В., Дохолян С.Б., Никонова А.В., Рязанов А.А., Швед Н.Г., Чернышев М.Л., Лунева Е.И. и др. Стратегические направления модернизации экономики России в условиях трансформации моделей управления: коллективная монография / Московский университет им. С.Ю. Витте. Москва, 2015.
3. Бондаренко М.П., Зубарев Ю.А., Карпов В.Ю., Калинин А.Д. Подготовка спортивных менеджеров за рубежом // Вестник РМАТ. 2016. №3. Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/podgotovka-sportivnyh-menedzherov-za-rubezhom>
4. Интервью: Валерий Гореликов (Директор центра спортивного менеджмента МФПУ «Синергия»). Режим доступа:
http://portalbisinfo.ru/publ/sportivnyj_menedzhment_v_rossii_varianty_razvitiya/1-1-0-94
5. Сафронова А.В., Наумов С.А. Город Роль спортивного менеджера в условиях современной спортивной индустрии // Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) Ростов-на-Дону 10 октября 2015г.
6. Федоров В.К., Бендерский Г.П., Поздняков К.К. Особенности развития инновационного потенциала производственных трудовых ресурсов // Экономика и управление в машиностроении. 2013. № 3. С. 41-44.

**Забелла Ирина
Александровна,
Луценко Анна Ярославовна**

магистранты Института экономики
и финансов,
ФГБОУ ВО «Российский
университет транспорта (МИИТ)»,
Россия, г. Москва
Irinazabella1994@yandex.ru

Особенности управления персоналом в сфере спорта

Аннотация

В работе выделен объект управления персоналом спортивной индустрии, рассмотрена специфика спортивной индустрии РФ, сформулированы кадровые цели спортивных организаций массового спорта, спорта высших достижений, профессионального спорта, определены особенности управления персоналом в спортивных клубах.

Ключевые слова

управление персоналом, индустрия спорта, спортивная организация, кадровые функции

**Irina A. Zabella,
Anna Y. Lutsenko**

master's degree students of the Institute
of Economics and Finance, Russian
University of Transport (MIIT),
Moscow, Russia
Irinazabella1994@yandex.ru

Features of personnel management in sports

Abstract

In work the object of management of personnel of the sports industry is allocated, specifics of the sports industry of the Russian Federation is considered, personnel purposes of the sports organizations of mass sport, sport of the highest achievements, professional sport are formulated, features of management of personnel in sports clubs are defined.

Keywords

personnel management, sports industry, sports organization, HR functions

Введение

Часто управлению персоналом в спортивных организациях не уделяют должного внимания, что связано в первую очередь со спецификой управления. Обзор структур управления различных спортивных клубов различного уровня показал, что кадровые функции чаще всего возложены на спортивных директоров, которые помимо этого занимаются еще и вопросами материально-технического обеспечения.

Согласно «Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2020 года» развитие физической культуры и спорта является одним из приоритетных направлений политики государства, цель которой создание условий, обеспечивающих возможность для граждан страны вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получить доступ к развитой спортивной инфраструктуре, а

также повысить конкурентоспособность российского спорта [1]. Физическая культура и спорт являются той плоскостью, где тесно пересекаются социальная функция государства, коммерческие интересы бизнеса в отношении собственной прибыльности и эффективности трудовых ресурсов, а также текущие потребности населения в повышении качества жизни.

Как справедливо отмечает Н.В. Слободянюк, «динамика развития самого спорта и его видов все больше связана с экономикой, торговлей, профессиональной ориентацией участников спортивных мероприятий. В этой системе находятся значительные материальные и финансовые активы, расширяется сеть трудовых и управленческих ресурсов» [9].

Динамика доходов мировой индустрии спорта за 2006-2015 годы представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Доходы мировой индустрии спорта, млн. долл. США. *Источник:* [9]

Направления получения доходов	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Темп роста, %
Продажа билетов	39 570	39 043	40 613	41 317	43 544	44 746	113,1
Права на трансляцию	29 225	26 945	32 141	30 062	37 801	35 247	120,6
Спонсорство	34 972	35 132	39 173	40 236	45 559	45 281	129,5
Мерчандайзинг	17 624	17 570	18 002	18 549	19 565	20 067	113,9
Итого	121 391	118 690	129 929	130 164	146 469	145 341	119,7

Таким образом, спорт выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития стран и регионов.

Проблемы развития спортивной индустрии являются сложными мультидисциплинарными проблемами, которые тесно связаны с аспектами кадрового менеджмента и требуют понимания не только принципов работы спортивных организаций, но и в первую очередь сущности индивидуальности объекта своего воздействия.

1. Объект исследования в кадровом менеджменте индустрии спорта

Индустрия спорта определяется как межотраслевой сектор экономики (как мировой, так и национальной), в котором складываются устойчивые экономические отношения между ее основными субъектами [8], многие из которых занимаются предпринимательской деятельностью в процессе производства, продвижения и потребления главного продукта этой индустрии – спортивного события.

Объектом исследования в индустрии спорта является система управления в организации, вовлеченной в создание спортивных (соревновательных) мероприятий (событий).

В целом объектом исследования в управлении персоналом спортивной индустрии может стать очень широкий спектр работников организаций (систем управления): от деятельности спортивного агента до организаторов Олимпийских игр.

Стержневым понятием статьи является спортивный клуб, под которым традиционно понимается общественная или частная организация, объединяющая спортсменов и любителей спорта. Различают спортивные клубы, создаваемые при предприятиях (в качестве структурных подразделений или на базе имущества предприятия) и создаваемые в качестве самостоятельных предпринимательских субъектов.

В соответствии со статистическими наблюдениями по форме 1-ФК в 2016 году в стране действовало более 24 тыс. спортивных клубов, что составляет от общего числа организаций, развивающих физическую культуру и спорт в стране 13,7%.

Специфика спортивной индустрии РФ определяется целями спортивных организаций и связана с:

- общественной важностью и политической значимостью спортивных проектов [3];
- необходимостью соблюдения большого количества технических и юридических требований международных спортивных организаций;
- множеством стейкхолдеров различного уровня;
- развитием кросс-культурных коммуникаций [1, 2, 3, 7].

2. Цель управления персоналом в спортивных организациях

Изучая опыт отечественных и зарубежных специалистов менеджмента

[6], можно выделить следующие кадровые функции спортивных организаций:

- обеспечение ее квалифицированными кадрами;
- их эффективное использование;
- профессиональное и социальное использование [4].

Массовый спорт и спорт высоких достижений с точки зрения управления персоналом – совершенно разные и несмешиваемые друг с другом направления индустрии спорта. Соответственно, рынок труда и профессиональных услуг указанных форм существования спорта также различен (таблица 2).

принципах социально-общественной значимости и социальной интеграции, в спорте высоких достижений – на принципе экономической эффективности.

Задача большого спорта – обеспечение достижения максимально возможного результата на пике психофизических сил и концентрации спортсменов, то есть обеспечение побед и рекордов, которые можно использовать, обыграть, применить в политических, рекламно-коммерческих, конфессиональных, клубных, иначе говоря, в корпоративных, узкогрупповых целях.

Таблица 2 – Сравнительная характеристика спортивных организаций массового спорта, спорта высших достижений, профессионального спорта: кадровый аспект

Критерии	Массовый спорт	Спорт высших достижений	Профессиональный спорт
Цель системы управления персоналом (СУП)	Удовлетворение количественной и качественной потребности в персонале организации, деятельность которой направлена на оказание физкультурно-спортивных услуг населению	Формирование, развитие и реализация с наибольшей эффективностью кадрового потенциала организации, ориентированной на комплексную спортивную подготовку спортсменов высокого класса	Формирование команды профессионалов в целях проведения зрелищных спортивных мероприятий для отдыха населения
Продукт	Социально-экономический эффект от оздоровления населения, перспективный спортсмен	Спортсмен – кандидат или член сборной команды России	Продажа спортивного мероприятия и получение прибыли

Для спорта высших достижений, по крайней мере, для его коммерческой составляющей, выгоднее не растить чемпионов, затрачивая на эту довольно сомнительную с точки зрения реальных перспектив и процентов и очень долговременную программу огромные финансовые средства, а получать их в готовом виде, перекупая у других участников рынка спортивной индустрии.

В рамках массового спорта функции управления персоналом осуществляются на

В большом спорте человек работает на систему, существует и развивается ради нее. Здесь человек – средство, а благо системы – цель.

В массовом спорте или в спорте для всех, наоборот, система существует для человека, ориентируется на него самого, а не на его достижения во имя системы. Задачи массового спорта реально направлены на рекреацию, воссоздание, оздоровление и воспроизводство личности [5].

3. Особенности управления персоналом в спортивных клубах

На примере спортивного клуба рассмотрим особенности кадрового менеджмента спортивных организаций (таблица 3).

создают научно-методический базис для формирования эффективной кадровой политики в различных спортивных организациях, содействующей достижению поставленной цели.

Таблица 3 – Особенности управления персоналом на примере спортивных клубов в разрезе конечного продукта СУП

Характеристика кадровых составляющих	Массовый спорт	Спорт высших достижений	Профессиональный спорт
Потребность в персонале	высококвалифицированные кадры (педагоги), медицинский персонал	тренеры, судьи, управленческие кадры, методисты, врачи и другие медицинские работники, спортивные юристы,	консультанты, маркетологи, PR-специалисты, агенты спортсменов, управленческие кадры, специалисты по безопасности, врачи и другие медицинские работники, эксперты по содержанию и использованию объектов спортивной инфраструктуры
Подготовка и обучение персонала	педагоги и ветераны спорта	личные тренеры, ведущие отечественные и иностранные специалисты	самоподготовка, консультационная помощь общепризнанных специалистов в спортивном направлении
Уровень оплаты труда работников	на основе стандартного трудового договора	высокий с учетом специфики спортивного направления по отношению к уровню зарплаты представителей других профессий	конкурентоспособный на основе индивидуального контракта
Система оплаты труда	государственное регулирование	регламентное регулирование	договорное регулирование

Система управления персоналом спортивных клубов характеризуется минимальным базовым набором функциональных направлений и не обеспечивает системного подхода к подготовке достаточного числа высококвалифицированных кадров.

Заключение

Выделенные особенности управления персоналом для массового спорта и спорта высших достижений

Научный руководитель работы:

Алексашина Татьяна Викторовна, к.э.н., доцент, кафедра «Экономика труда и управление человеческими ресурсами», ФГБОУ ВО «Российский университет транспорта (МИИТ)», Россия, г. Москва

Литература

1. Аверин А.В. Корпоративная культура современного общества // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук /

- Ставропольский государственный университет. Ставрополь, 2006.
2. Аверин А.В., Орлик В.М. Актуальные проблемы формирования и развития проектных команд // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 7-2 (54). С. 3-7.
 3. Алексашина Т.В. Особенности формирования команды проекта // В сборнике: Стратегическое и проектное управление: сборник научных статей. ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», Пермский филиал Московского отделения Project Management Institute ООО «Парма-Телеком». Пермь, 2013. С. 12-15.
 4. Епишкин И.А. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие для / ФГБОУ ВПО "Московский государственный университет путей сообщения Императора Николая II", Институт экономики и финансов. Москва, 2013.
 5. Кадровая политика в спорте [электронный ресурс] // Кадровик. Трудовое право для кадровика, 2008, №5. URL: <http://hr-portal.ru/article/kadrovaya-politika-v-sporte>
 6. Поздняков К.К. Обзор российской и мировой практики в области содействия трудоустройству выпускников. Проблематика и механизмы совершенствования. // В сборнике: Актуальные проблемы современного образования: опыт и инновации Материалы научно-практической конференции (заочной) с международным участием. Ответственный редактор: А.Ю. Нагорнова. 2015. С. 520-524.
 7. Рязанов А.А. Кросс-культурный менеджмент как фактор конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации экономики // В сборнике: Наука и общество в эпоху технологий и коммуникаций материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 391-403.
 8. Скалкин В.В., Бурыкин Е.С., Алексашина Т.В. Парадигма современной рыночной экономики в разрезе развития экономики России // Транспортное дело России. 2015. № 3. С. 34-36.
 9. Слободянюк Н.В. Вопросы финансирования индустрии спорта в России. Режим доступа: www.rea.ru/UserFiles/fdo/INCON3-2011/Слободянюк%20Н.В.doc.
 10. Солнцев В.И. Роль индустрии спорта в развитии современной экономики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2012. - №6 (24). С. 155-167.
 11. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2020 года [Электронный ресурс]. URL.: www.consultant.ru

Поплавский А.В.

студент института материалов современной энергетики и нанотехнологий, Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева, Россия, г. Москва
SashaPoplavskiy@mail.ru

Современные проблемы кадрового обеспечения в системе российского спорта

Аннотация

В работе анализируются актуальные проблемы кадрового обеспечения в системе российского спорта. Рассматриваются причины, по которым в российском спорте не происходит развитие и подготовка кадрового резерва. Приводятся возможные пути решения этих проблем с целью возвращения отечественного спорта на самый высокий уровень.

Ключевые слова:

спорт, тренеры, развитие, проблемы, кадры

Poplavsky A.V.

student of the Institute of materials of modern energy and nanotechnology, D.Mendeleev University of Chemical Technology of Russia, Moscow, Russia
SashaPoplavskiy@mail.ru

The modern problems of personnel supply in the system of Russian sports

Abstract

The work studies the modern problem of the personnel supply in the system of Russian sport. It deals with the reasons because of which the Russian sport there is not develop and prepare of the personnel reserve. The work gives possible ways of solving these problems in order to raising sports return to the level of the world's leaders.

Keywords

sport, trainers, development, problems, personnel

Введение

Современный российский спорт испытывает колоссальные трудности по ряду причин. Часто эксперты задают вопрос: «Почему же многие виды нашего спорта становятся неконкурентоспособными по сравнению с соперниками?» Первоочерёдной проблемой является кадровое обеспечение.

Как ни странно, сегодня эту проблему остро испытывают не только отечественная наука и культура, но и отрасли физической культуры и спорта, особенно в общеобразовательных учреждениях.

Главной целью работы является анализ проблем современного обеспечения профессиональными кадрами в области физической культуры и спорта в России.

Основные проблемы

Итак, проведя детальный анализ трудоустройства специалистов отрасли «Физическая культура и спорт», хочется сказать о проблеме миграции их в другие

сферы деятельности. По данным опроса, проведённого в 2013 году, около 60% выпускников учреждений среднего профессионального и особенно высшего образования на территории России, получив специализированную подготовку, в своей отрасли не работают.

Этот факт подтверждает ситуация, сложившаяся в Республике Марий Эл. После окончания Марийского педагогического института (факультета физической культуры спорта и туризма) с 2015 по 2017 гг. пришли работать по специальности только 10% выпускников.

Выпускники, окончившие Оршанский педагогический колледж Республики Марий Эл по этой же специальности, трудоустроились ещё хуже. Только 5% выпускников среднего профессионального образования пришли трудоустроиваться в школы на территории данного субъекта. И что получается? Сейчас в Республике наблюдается дефицит преподавателей по физической культуре в

образовательных учреждениях и тренеров в спортивных детско-юношеских школах.

В этом случае необходима профессиональная переподготовка уже имеющихся кадров, однако преподавателям со стажем зачастую мешают сложившиеся многолетние стереотипы и знания, потому процесс переориентации происходит довольно сложно [4]. Для реализации новых идей и методик нужно молодое поколение, готовое к работе. Однако из-за сложившейся ситуации в стране процесс смены поколений очень тяжело. Есть ряд причин, почему молодые спортсмены после окончания карьеры не встают на тренерский мостик:

- Низкий уровень заработной платы (сейчас преподаватели физической культуре в стране зарабатывают в среднем 22-25 тысяч рублей с учётом квалификации, педагогического стажа и нагрузки);

- Маленький уровень дальнейших перспектив;

- Низкий уровень престижа работы тренером или специалистом в области физической культуры;

- Отсутствие мощной поддержки со стороны государства.

Это вынуждает людей не рассматривать данную профессию, как приоритетную. Потому в этом вопросе у нас сейчас наблюдается сильнейший застой.

Такую тенденцию мы наблюдаем последние годы в российском футболе. Многие тренеры советской школы, приводившие российские клубы к большим успехам, уже закончили свою тренерскую деятельность, а новые, молодые специалисты не могут составить конкуренцию иностранным визави [5].

Этот факт подтверждает непродолжительная работа Леонида Слуцкого в английском клубе «Халл Сити». На бывшего тренера сборной России рассчитывали, как на человека, способного

вернуть команду в высший дивизион Англии. Однако после трёх месяцев работы результаты разочаровали руководство клуба, и Слуцкого уволили.

Таких проблем во многих видах спорта у других стран нет. Потому наши отечественные Федерации вынуждены приглашать специалистов из-за рубежа, вроде Маркуса Крамера, для подготовки ведущих спортсменов нашей страны к главным мировым соревнованиям.

Предложения по решению проблем

Однако это не может продолжаться вечно, иначе российский спорт погибнет. Систематизируем ряд предложений по решению существующих кадровых проблем:

1. Финансовое обеспечение:
приравнять все виды спорта по своей ценности; установить жёсткую планку максимального оклада; увеличить зарплаты для специалистов по физической культуре и спорту в образовательных учреждениях.

Зарплаты некоторых наших спортсменов несоотносимо высокие по сравнению с другими видами спорта. А разве, например, футболисты выкладываются намного больше остальных спортсменов? Это финансовое неравенство необходимо устранить путём приравнивания каждого спорта по его ценности. Ввести жёсткое ограничение максимального оклада для всех спортсменов и тренеров, не считая премиальных и призовых. С учётом того, что многие спортсмены находятся на полном обеспечении сборных команд и клубов, этих денег должно быть более, чем достаточно. [3]

Нам необходимо приостановить пир во время кризиса! Современный российский спорт уже имел случаи, когда спортсмены тратили огромные деньги, не имея под этим весомых аргументов. А ведь 12-15% нашего населения находятся на

границы нищеты. Сэкономленные деньги должны пойти на развитие низкобюджетных видов спорта, улучшения условий в отдельных субъектах, повышение зарплат для тренеров и преподавателей по физической культуре в образовательных учреждениях, а также увеличения бюджета страны для развития других сфер.

Также способ, чтобы увеличить финансирование некоторых видов спорта, не затрагивая государственный бюджет - налоговое послабление для людей, поддерживающих эту отрасль. Привлечение стороннего инвестирования только ускорит развитие спорта в России. В этом случае низкофинансируемые виды получают необходимые деньги для развития.

Но каждый ли бизнесмен захочет добровольно вкладывать свои средства спортивную индустрию? Здесь государству стоит изменить свою налоговую политику в отношении миллионеров и миллиардеров, как это было сделано в США в 50-60-ые годы прошлого века.

Налог бизнесменов на сверхдоходы достигал 90%. Однако государство отменило налоги для богачей, инвестировавших в развитие производства, новые технологии и спорт. Миллиардеры избавились от необходимости отдавать большую часть своих доходов государству на безвозмездной основе и начали сопутствовать развитию своей страны.

Не это ли выход, который сможет поднять не только российский спорт, но и всю отечественную экономику, когда все будут работать на благо своей родины?!

2. Вернуть успешно функционировавшую в СССР систему подготовки кадров.

Существовавшая в СССР система, где тесно взаимодействовали секторы государственных (спортивных и образовательных), ведомственных, общественных учреждений и клубов с их разветвленной сетью спортивных

сооружений, функционировала достаточно успешно. Она также включала в себя идеологическую парадигму (массовость спорта провозглашалась надежным основанием и необходимым условием высокого спортивного мастерства и достижений). Эта же система предписывала определенный алгоритм подготовки специалистов, их профессиональной учебной практики и, наконец, трудоустройства.

К сожалению, в 90-е годы наша страна фактически изменила политический курс и весь уклад жизни, что повлекло за собой длительный и мучительный период изменений. Успешно функционировавшая ранее система перестала работать должным образом, а новые изменения не успевали за развитием страны, поэтому мы имеем большой дефицит с кадрами в современном спорте.

3. Поднять народный интерес не только к занятию спортом как хобби, но и как профессиональной деятельности.

Поставить спорт в России необходимо так, чтобы почти каждый ребенок, независимо от финансового положения своей семьи, смог пройти через систему спортивного отбора. Для этого нужна общедоступность спорта, как это всегда было в США с баскетболом, где около каждого жилого строения можно увидеть баскетбольную корзину и играющих людей любого возраста, или в Норвегии, где лыжи считаются частью культуры, оттого ребята встают на них в самом раннем возрасте. Это шаги увеличат интерес к спорту как к профессиональному делу.

4. Обеспечить умственное развитие спортсменов путём поступления в вузы на бюджетной основе при непосредственной поддержке Правительства и Министерства спорта.

Великий советский биатлонист Александр Иванович Тихонов после провала нашей биатлонной команды на

Чемпионате Мира в 2016 году сказал: «Мы выращиваем роботов, которые делают всё, что им говорят! Нам нужны думающие спортсмены, которые будут не просто слушать тренеров, но самостоятельно вносить корректировки в свой тренировочный план. Что же мы имеем сейчас?! Они не умеют вести дневник спортсмена, не слышат свой организм и не научились понимать правильность выбранной методики. Потому из года в год на Чемпионатах Мира у нас всё меньше медалей, а в 2016 году вообще ни одной». Из слов легендарного биатлониста и тренера можно сделать вывод, что такие спортсмены не могут стать хорошими тренерами и подготовить новое, подрастающее поколение, способное проявить себя на самом высоком уровне [2].

Есть множество способов для того, чтобы научить спортсмена думать. В первую очередь – совмещение учебной и тренировочной деятельности. Необходимо уделять внимание не только тренировкам, но и умственному развитию. Смена одной на другую обеспечит отдых человеку и его умственный прогресс.

Предоставление места на бюджетной основе в вузе данного субъекта при непосредственном участии Правительства и Министерства спорта позволит спортсмену, выступающему за сборную края или республики, не завершать карьеру по причине приобретения профессии, а дальше продолжать движение к своей мечте.

5. Изменить профессиональную систему отбора чиновников на руководящие посты в стране

Непрофессионализм наших чиновников проявлялся уже много раз на международной арене. Допинговый скандал стал главным потрясением для российского спорта в последние годы. Но ещё большим потрясением стало поведение российских чиновников, стимулировавших

использование допинга в рядах наших спортсменов. Их действие можно расценивать, как дискредитацию всего российского спорта. Сейчас руководящие посты занимают люди, которые никогда не занимались спортом. Отсюда мы видим ряд неверных решений, повлёкших к тому, что российскому спорту объявили международный бойкот.

По моему мнению, занимать высочайшие спортивные посты и заниматься курированием спорта в нашей стране должны люди, добившиеся серьёзных успехов и получившие мировое признание. Это повысит авторитет нашей страны на мировой арене и установит спокойствие внутри неё, потому что спорт будет находиться под контролем людей, по-настоящему заинтересованных в его прогрессе. Это крайне необходимо, ведь обеспечение спортивными чиновниками и дипломированными специалистами в области спорта - это тоже кадровое обеспечение, которое необходимо для успешного функционирования всей системы.

Заключение

Все эти шаги помогут поднять наш спорт. Конечно, это очень трудоёмкий процесс, который будет приносить результат только с годами, после развития правильных методик и принятия соответствующих решений. Талантливая молодёжь всегда была, есть и будет, но успех - только 1% процент таланта и 99% процентов всего остального. Без грамотного обеспечения всей спортивной индустрии даже самый талантливый спортсмен не сможет добиться успеха. Потому многое зависит от того, кто и как ведёт тебя на пьедестал! А смотря на нашу талантливую молодёжь и последние Олимпийские игры в Корее, понимаешь, что у российского спорта есть будущее и нужно реализовывать его потенциал как можно активнее!

Научный руководитель работы:

*Дудин Александр Алексеевич,
преподаватель по физической культуре
МОУ «Лицей №11 имени Т.И.
Александровой», Россия, г. Йошкар-Ола*

Литература

1. Князев В.Н., Лукин В.В., Самоделов В.Г., Дедков А.К. Региональный рынок труда: проблемы, концепции, управление. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2007. - 320 с.
2. Платонов В.Н. Подготовка квалифицированных спортсменов. Москва: Физкультура и спорт, 1986. - 246 с.
3. Аристова Л.В., Шпилько С.П. Физическая культура - отрасль в новых условиях хозяйствования/Л.В. Аристова. - М.: Экономика, 1991. - 68-73 с.
4. Ашмарин Б.А. Теория и методика педагогических исследований в физическом воспитании: Пособие для студентов, аспирантов и преподавателей физ. культуры./ Б.А. Ашмарин. - М.: «Физкультура и спорт», 1978. - 3 с.
5. Варюшин, В.В. Система подготовки тренерских кадров в Италии / Варюшин В.В. // Футбол: Ежегодник. - Москва, 1984. - С. 55-58.

**Микрюкова Дарья
Васильевна**

студентка Факультета
международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый Университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва

**Современные проблемы кадрового обеспечения
студенческого спорта (на примере г. Москвы)****Аннотация**

В работе исследуются статистические данные о состоянии развития физического культуры и спорта в вузах г. Москвы, выявляются основные проблемы кадрового обеспечения студенческого спорта, и оценивается их влияние на результативность выступлений сборных команд московских вузов и привлечение внимания молодежи к здоровому образу жизни.

Ключевые слова:

студенческий спорт, дефицит кадров, сборные команды вузов, кафедра физической культуры, спортивный клуб

Darya V. Mikryukova

student of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial University
under the Government of the
Russian Federation,
Moscow, Russia

**Modern problems of staffing of student sports (on
the example of Moscow)****Abstract**

The paper studies statistical data on the state of development of physical culture and sports in Moscow universities, identifies the main problems of staffing of student sport, and assesses their impact on the effectiveness of the performances of the teams of Moscow universities and attracting the attention of young people to a healthy lifestyle.

Keywords

student sports, staff shortage, University teams, Department of physical culture, sports club

«...Инвестиции в инфраструктуру принесут должную отдачу только в том случае, если руководители образовательных учреждений будут реально поддерживать спорт. К сожалению, не единичны случаи, когда задачи развития студенческого спорта решаются по остаточному принципу или просто игнорируются» (Владимир Владимирович Путин).

Согласно Концепции по развитию студенческого спорта на период до 2025, утвержденной министром физической культуры и спорта П.А. Колобковым, целью является «создание условий, обеспечивающих возможность для студентов профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получить доступ к развитой спортивной инфраструктуре, а

также повысить конкурентоспособность российского спорта» [1]. Одним из основных направлений реализации Концепции признается «развитие кадрового потенциала субъектов системы студенческого спорта посредством разработки и внедрения программ переподготовки и повышения квалификации работников сферы студенческого спорта» [1], что говорит о наличии определенных проблем в этой области. Необходимость развития спорта среди молодежи не подвергается сомнению, так как, во-первых, из студентов формируются резервы сборных команд для спорта высших достижений, во-вторых, привитие любви к здоровому образу жизни очень ценно на этапе формирования личности во время обучения. В спортивных вузах Москвы, таких как РГУФК и МГАФК, работа секций и процесс подготовки спортсменов к соревнованиям носят постоянный и целенаправленный характер, в то время, как в других вузах,

наблюдается несистематичный и потому менее продуктивный подход к занятиям физической культурой и развитию спортивных секций. Это обусловлено различными факторами, включая недостатки нормативно-правового регулирования системы студенческого спорта, несовершенство механизма эффективного использования существующих бюджетных источников финансирования, а также проблемы кадрового обеспечения. Одним из показателей эффективности реализации Концепции на II этапе (2021-2015) является «увеличение доли работников системы студенческого спорта, прошедших повышение квалификации по специализированным программам в сфере студенческого спорта, в общей численности работников системы студенческого спорта до 100% к 2025 году» [1].

Согласно Российскому статистическому ежегоднику в Москве в 2016 году численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры составила 736,6 тысяч человек [4]. Всего вузов в Москве – 266. Доля обучающихся и студентов, систематически занимающихся физической культурой и спортом, в общей численности обучающихся и студентов в г. Москве на 2016 год составляет 89,5%, что на первый взгляд, представляет собой довольно внушительную цифру [4]. По данным общероссийского исследования, проведенного Центром социологических исследований Минобрнауки России, в настоящее время по обязательной программе занимаются физической культурой и спортом 85% студентов вузов, из которых, по собственному признанию, только 36,6% приходят по собственному желанию. При сравнении города Москвы с различными федеральными округами доля студентов, которые систематически занимаются спортом представляет собой наименьшую величину и составляет 21,5 %.

Примечательно, что в Москве доминирующим мотивом для студентов разных курсов к занятию физической культурой и спортом является обязанность по учебной программе в вузах (77,4%) при небольшой роли других факторов. Скорее всего, это следствие очень динамичного образа жизни московских студентов в большом, наполненном различными возможностями городе, включая совмещение учебного процесса и подработки. Однако условия для спортивных занятий в вузах столицы несомненно являются одними из самых наилучших, что зависит также от конкретного вуза. Основываясь на высоком показателе количества студентов, которые занимаются физической культурой по обязательной программе, можно предположить, что вследствие высокой нагрузки на спортивную инфраструктуру в вузах существуют трудности в охвате всех студентов занятиями физической культурой и спортом [7, с. 35-41].

Не менее актуальной проблемой студенческого спорта остается дефицит специалистов на кафедре физического воспитания (культуры). Согласно результатам опроса экспертов — заведующих кафедрой физической культуры вуза, было выявлено, что каждый шестой вуз Министерства образования и науки РФ, пятый вуз ведомственного подчинения и двадцатый негосударственный вуз имеет дефицит (в среднем 4 человека на вуз) специалистов по отдельным видам спорта, а также специалистов общего профиля. Основной причиной недостатка кадров является невысокая заработная плата. Немаловажной причиной является и низкий качественный уровень подготовки молодых специалистов в профильных вузах, отсутствие опыта, их нежелание идти работать в вузы, что влечет слабую ротацию кадров и старение преподавательского и тренерского состава.

По оценке экспертов, примерная программа дисциплины «Физическая культура» в рамках существующих Федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования содержит ряд недочетов, таких как малое количество часов для практических занятий, отсутствие материально-технической базы для реализации стандарта и отсутствие норм по минимальной физической подготовке студентов, не предусмотрены экзамены по данной дисциплине, что является причиной недостаточной эффективности и непоследовательности спортивных занятий студентов [7, с. 65-66].

Важно понимать, что развитие студенческого спорта в вузе осуществляется далеко не только в рамках учебного процесса по соответствующей дисциплине. Большую роль играет функционирование спортивного клуба и студенческих спортивных объединений. Структура спортивной работы вуза представлена на рисунке 1 [5].

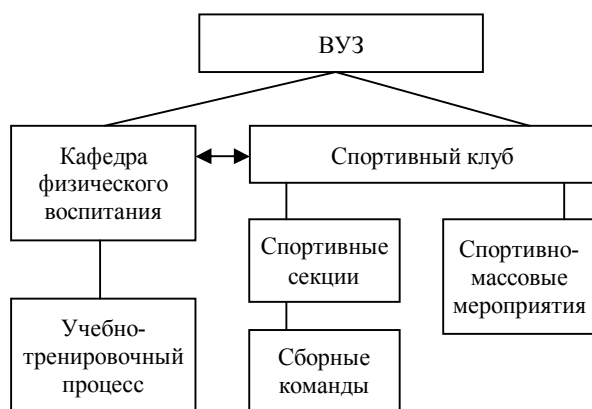


Рисунок 1 – Структура спортивной работы вуза. *Источник:* [5, с. 19].

Основными направлениями работы спортивных клубов являются: организация спортивно-массовых мероприятий, работа со спортивными секциями и формирование сборных команд вуза. Разработанная технология тесного взаимодействия кафедры физического воспитания и спортивного клуба обеспечивает

пополнение сборных команд новыми студентами, организацию их тренировочного процесса, подготовки к соревнованиям, а также составление внеучебного графика спортивных занятий и мероприятий для всех студентов.

Но в данной схеме спортивной работы вуза мы как раз сталкиваемся с проблемами дефицита кадров. В чём это проявляется? Тренировочным процессом сборных команд вузов, как правило, занимаются непосредственно преподаватели кафедры физического воспитания, которые в большинстве своем являются специалистами общего профиля, и, следовательно, правомерно сказать, о недостатке их компетенций для профессиональной подготовки спортсменов. Это объясняет, почему сборные команды вузов преимущественно состоят из студентов, занимавшихся в спортивных школах еще во время получения среднего общего образования и получивших спортивные разряды. Или же это вызывает стихийное формирование сборных команд из наиболее активных студентов для участия в межвузовских соревнованиях без должного обучения и плана регулярных тренировок. Как следствие, не удастся достичь высоких результатов и не формируется интерес молодежи к здоровому образу жизни и систематически занятиям физической культурой и спортом.

Таким образом, первой проблемой кадрового обеспечения студенческого спорта, с которой мы сталкиваемся, является дефицит или отсутствие в вузе специалистов по конкретным видам спорта для организации и реализации качественного тренировочного процесса сборных команд. Вторая проблема возникает из необходимости заниматься организационными моментами для участия сборных команд вузов на соревнованиях, для их продвижения за пределами вуза. Оформление заявок на соревнования, поиск спонсоров, аренда спортивного инвентаря и

площадок для тренировок — эти и другие задачи управленческого характера зачастую также возлагаются на преподавателей кафедры. Отметим также, что каждому второму вузу приходится арендовать спортивные объекты для проведения занятий по физической культуре и тренировок сборных команд [7, с. 69]. То есть наблюдается отсутствие менеджеров сборных команд вузов, которые, по определению, должны заниматься данными вопросами, в то время как, преподаватели кафедры физического воспитания имеют повышенную нагрузку, в связи с чем не могут уделить должного внимания организации внеучебной спортивной деятельности для остальных студентов.

На первый взгляд, решение данных проблем требует дополнительных финансовых затрат руководства вузов на привлечение дополнительных работников. Однако существуют альтернативные варианты. Для повышения качества подготовки сборных команд вузов по олимпийским видам спорта, не имеющих квалифицированных преподавателей или тренеров, возможно, заключение соглашения о тренировочном процессе со спортивными школами олимпийского резерва или государственными спортивными организациями, а также объединение тренировочного процесса сборных команд различных вузов. В качестве менеджеров сборных команд целесообразно привлекать студентов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Спортивный менеджмент», которые уже существуют в ряде экономических вузов. Данная деятельность для студентов является отличной возможностью практического применения своих знаний и получения необходимого опыта для будущей карьеры. Предполагается разработка определенной системы поощрений студентов-менеджеров сборных команд вуза, награждение их

сертификатами о проделанной работе и зачет данной деятельности в качестве практики, включенной в учебную программу.

По итогам XXIX Московских Студенческих Спортивных Игр первое место в абсолютном зачете среди 70 вузов, приняв участие в 75 видах программы из 84, занял Московский государственный строительный университет (МГСУ), обойдя даже РГУФК (университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма) [2]. Какие основные факторы влияют на успешное выступление МГСУ? Университет имеет собственный Дворец спорта НИУ МГСУ, в котором проходят тренировки сборных команд. Спортивный клуб МГСУ является самостоятельной региональной общественной организацией и совместно с кафедрой «Физического воспитания и спорта» организует внеучебную спортивно-массовую и физкультурно-оздоровительную работу со студентами, преподавателями и сотрудниками. Успешную работу Спортивного клуба МГСУ в разные годы определяли также заместители председателя Спортивного клуба: Мастер спорта СССР по конькобежному спорту Чайковская (Сажина) О.Е. (с 1986 по 1991 гг.); кандидат в мастера спорта России по туризму Скорняков А.Ю. (с 1991г. по 1998 гг.); кандидат в мастера спорта по греко-римской борьбе Козырев А.В. (с 1999г. по настоящее время). Кафедра физического воспитания и спорта НИУ МГСУ имеет в своем составе более 50 человек, включая заслуженных тренеров (СССР, России) и мастеров спорта (15 человек). Сильный преподавательский состав кафедры и руководителей Спортивного клуба, подкрепленный хорошей материально-технической базой — основа того, что в течение последних 10 лет МГСУ уверенно входит в число пяти лучших вузов г. Москвы — участников Московских Студенческих Спортивных Игр [6].

Подводя итог проделанной работе, необходимо отметить, что дефицит специалистов в области физической культуры и спорта составляет один из важнейших аспектов современных проблем студенческого спорта. Решение проблемы кадрового обеспечения позволит повысить конкурентоспособность вузов, не специализирующихся на спортивной деятельности, внутри Москвы, а также на всероссийских студенческих соревнованиях и в перспективе на международном уровне. Кроме этого, грамотно организованный, профессиональный подход к учебно-тренировочному процессу студентов повысит их интерес к здоровому образу жизни, систематическим занятиям физической культурой и спортом.

Научный руководитель работы:
к.п.н., доцент кафедры «Физическое воспитание» Жигарева Оксана Георгиевна,
Финансовый университет при
Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Литература

1. Приказ Минспорта России от 21.11.2017 № 1007 «Об утверждении концепции развития студенческого спорта в Российской Федерации на период до 2025 года».
2. Итоги XXIX Московских студенческих спортивных игр // Московское региональное отделение общероссийской общественной организации «Российский студенческий спортивный союз». URL: <http://mrsss.ru/page/normativnye-dokumenty> (дата обращения: 27.02.2018).
3. Лапочкин С.В. Особенности развития студенческого молодежного спорта в современных условиях // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2012. №2 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobenno-sti-razvitiya-studencheskogo-molodezhnogo-sporta-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 27.02.2018).
4. Российский статистический ежегодник. 2017 (на русском и английском языках) // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b17_13/Main.htm (дата обращения: 27.02.2018).
5. Слободянюк Н.В. Подходы к совершенствованию организации и финансирования спортивных клубов вузов // Вестник спортивной науки. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-sovershenstvovaniyu-organizatsii-i-finansirovaniya-sportivnyh-klubov-vuzov> (дата обращения: 27.02.2018).
6. Спорткомплекс НИУ МГСУ // ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет» (НИУ МГСУ). URL: <http://mgsu.ru/resources/Sportkomplex/> (дата обращения: 27.02.2018).
7. Стриханов, М. Н. Физическая культура и спорт в вузах: учебное пособие / М. Н. Стриханов, В. И. Савинков. — 2-е изд. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 153 с.

**Кимайкина Е.К.,
Решетников А.М.**

студенты Факультета
международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
alexreshka@mail.ru

Особенности и перспективы развития натурализации в современном российском спорте

Аннотация

В работе исследуется процесс натурализации, который основан на принятии гражданства действующими спортсменами для участия в крупных международных соревнованиях. Анализируются положительные и отрицательные стороны данного процесса и перспективы развития натурализации с учетом специфики российского спорта. Приводится ряд примеров, отражающих положение натурализованных спортсменов в России.

Ключевые слова

натурализация, спорт высших достижений, спортсмен, Олимпийские игры

**Kimaykina E.K.,
Reshetnikov A.M.**

students of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial
University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
alexreshka@mail.ru

Features and perspectives of naturalization development in modern Russian sports

Abstract

The paper studies the process of naturalization, which is based on the acceptance by current athletes of citizenship for participation in major international competitions. The positive and negative aspects of this process and the prospects for the development of naturalization, taking into account the specifics of Russian sports, are analyzed. A number of examples reflecting the situation of naturalized athletes in Russia are given.

Keywords

naturalization, sport of higher achievements, athlete, Olympic Games

Введение

Сегодня люди все чаще слышат из различных средств массовой информации о таком понятии как натурализация. Если рассматривать данный термин в целом, то он определяется как один из способов приобретения гражданства какого-либо государства иностранцем или апатридом (лицом без гражданства) по его собственному желанию и в порядке, установленном законом. Однако в данной статье мы рассмотрим, как связан процесс натурализации с индустрией спорта.

Актуальность данного исследования заключается в том, что натурализация приобретает все более широкое распространение в спорте. Это связано с тем, что несмотря на определенные трудности, возникающие в ходе этого процесса, натурализация игроков зачастую приносит немалую пользу сразу нескольким сторонам. Рассмотрим подробнее, кому и каким образом.

Особенности развития натурали- зации в современном спорте

Во-первых, при помощи натурализации игроков многие государства стремятся развивать те виды спорта, в которых существуют определенные проблемы. Например, если в каком-то виде спорта страна обладает недостаточным количеством спортсменов, показывающих или способных показывать высокие спортивные результаты, то в качестве решения данной проблемы прибегают к натурализации иностранных спортсменов, которые либо имеют в данной стране родственные связи, либо проживают на территории этой страны не менее 5 лет. Кроме того, положительной стороной для государства будет являться то, что оно не понесло никаких затрат на воспитание и развитие этого спортсмена, а получило бесплатно так называемого «готового спортсмена».

Во-вторых, приобретение гражданства другого государства может

принести пользу и самому спортсмену. Например, он является достаточно талантливым, но по каким-то причинам ему не позволяют выступать за свою страну на крупных соревнованиях. Для того чтобы реализовать свой талант, этот спортсмен обращается за помощью в ту страну, где он будет более востребованным. Чаще всего такими причинами являются либо слишком большая конкуренция в этом виде спорта внутри страны, либо утрата надежды со стороны государства на то, что в результате получения серьезной травмы спортсмен сможет полностью восстановиться и набрать необходимую спортивную форму.

Однако процесс натурализации игроков имеет и ряд недостатков. Если рассматривать его с позиции того государства, которому спортсмен принадлежал изначально, то негативная сторона будет заключаться в потере возможных высоких спортивных результатов на крупных международных соревнованиях и приобретении этих результатов странами-конкурентами, а также в понесенных затратах на воспитание и развитие спортсмена. Для государства, предоставляющего спортсмену гражданство, отрицательный эффект заключается, во-первых, в возможном снижении авторитета страны на международной арене вследствие признания отставания в данном виде спорта, а, во-вторых, в негативной оценке со стороны населения этого государства. Большой спорт воспринимается многими людьми как возможность показать миру степень развития спорта в родной стране, а не уровень подготовки иностранных спортсменов, пусть и выступающих под флагом их государства. Кроме того, натурализация спортсменов тормозит развитие детско-юношеского спорта, поскольку, как отмечалось ранее, гораздо проще и дешевле приобрести «готового спортсмена», чем тратить силы и средства на подготовку отечественных молодых спортсменов. Наконец, процесс

натурализации является достаточно тяжелым в морально-психологическом плане для самого спортсмена, ведь ему впоследствии придется выступать, во-первых, за страну, которая ранее воспринималась им как страна-соперник, а во-вторых, против той страны, которая до этого являлась для него родной. Вдобавок на него ложится груз ответственности за те результаты, которые он будет показывать, поскольку государству, давшему ему гражданство, необходимо видеть пользу от этого. Несмотря на все перечисленные недостатки натурализации в спорте она приобретает все более широкое распространение: сегодня спортсмены гораздо чаще принимают гражданство других стран, нежели это было десять и более лет назад. Обратимся к самым известным примерам натурализации игроков, связанным с нашей страной.

Одним из самых первых и ярких процессов была натурализация американского баскетболиста Д.Р. Холдена. Данный процесс имел большой резонанс, поскольку, как мы знаем, уровень развития баскетбола в США значительно превосходит уровень любой другой страны в этом виде спорта. Поэтому среди интересующегося баскетболом населения нашей страны существовали как сторонники натурализации игрока, так и те, кто хотел бы видеть развитие отечественного баскетбола за счет собственных игроков. Но после того как Холден в финале чемпионата Европы 2007 года своим броском на последних секундах матча принес России первый крупный трофей за долгое время, отношение к натурализации в обществе изменилось: ее сторонников стало значительно больше. Этот пример оказался толчком для активного внедрения данного процесса в спортивную систему страны. Впоследствии были натурализованы еще несколько баскетболисток из США, а также фигуристка Юко Кавагути.

В 2014 году в Сочи на триумфальной для нашей страны Олимпиаде из 11 золотых наград, обеспечивших России первое место в командном зачете, 7 были заработаны непосредственно при участии натурализованных иностранцев. К ним относятся:

- Виктор Ан – олимпийский чемпион по шорт-треку, ранее выступавший в составе сборной Республики Кореи, но из-за получения серьезной травмы потерявший место в национальной сборной. На Сочинской олимпиаде он сумел завоевать для нашей страны 4 медали, 3 из которых оказались золотыми;

- Виктор Уайлд – сноубордист, который до переезда в Россию выступал за США, но поскольку не смог показать там никаких выдающихся результатов, решил получить гражданство России. В Сочи Вик стал двукратным олимпийским чемпионом;

- Татьяна Волосожар - знаменитая фигуристка, ранее представлявшая Украину, но после того, как начала тренироваться с российским спортсменом Максимом Траньковым, решила сменить гражданство на российское. На Олимпийских играх в Сочи эта пара не только стала олимпийскими чемпионами в личных соревнованиях, но и помогла сборной России по фигурному катанию выиграть золото в командном турнире.

Однако на этой же олимпиаде одновременно и радостно, и обидно было видеть, как для сборной Белоруссии по биатлону 3 золотых олимпийских медали выиграла Дарья Домрачева, которая до 2004 года выступала за сборную нашей страны. Причиной смены ею гражданства стало то, что ее посчитали бесперспективной и поручили исключить из сборной России. После этого Дарья приняла решение выступать за Белоруссию, где и сумела достичь таких великолепных результатов.

Сегодня в нашей стране все чаще происходит натурализация футболистов. Это связано с тем, что летом 2018 года Россия впервые принимает Чемпионат мира по футболу, и перед нашей сборной поставлены самые высокие задачи по выступлению на нем. Но учитывая опыт неудачных выступлений нашей сборной на других крупных соревнованиях, руководство страны надеется на достижение высоких результатов на Чемпионате мира именно при помощи натурализованных игроков. Начиная с 2015 года, российское гражданство получил целый ряд иностранных футболистов - бразильцы Ари, Жоаозиньо, Маринато Гильерме и Марио Фернандес, а также воспитанники немецких футбольных школ Роман Нойштедтер и Константин Рауш. Большинство из них уже принимало участие в играх за сборную России. Однако то, насколько верной окажется политика привлечения иностранцев в национальную сборную, можно будет оценить лишь после Чемпионата мира.

Если же говорить о перспективах развития процесса натурализации спортсменов в нашей стране, то помимо постоянного увеличения числа натурализованных спортсменов можно спрогнозировать и обратный процесс в виде массового оттока российских спортсменов в другие страны. Причиной этого может являться недавно произошедший в нашей стране допинговый скандал и последовавшие за ним отстранения наших спортсменов от участия в нескольких крупных соревнованиях. Наглядными примерами этого являются Олимпийские игры 2016 года, на которые не были допущены наши команды по легкой и тяжелой атлетике, а также Олимпийские игры 2018 года, куда не допустили около половины российских спортсменов, а другую половину допустили лишь под нейтральным флагом. Учитывая, что для многих спортсменов самым

важным является выступление не за конкретную страну, а сама возможность выступления, можно предположить, что некоторые из тех, кто не попал на упомянутые соревнования, захотят продолжить свою карьеру за рубежом и, впоследствии, взять гражданство другой страны.

Заключение

Необходимо отметить, что процесс натурализации с каждым годом набирает обороты. Все большее число спортсменов стремится реализовать свои возможности в качестве профессиональных спортсменов под флагом чужой для них страны. На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- натурализация спортсменов не является новым процессом: первые подобные случаи происходили еще в прошлом веке, однако не столь часто, как сегодня;

- натурализация позволяет усилить определенные виды спорта без существенных вложений и показать достойные результаты сборной на международной арене;

- кратковременный положительный эффект от натурализации в виде завоеванных медалей на крупных соревнованиях, может привести к долгосрочным проблемам в системе детско-юношеского спорта.

В России процесс натурализации является достаточно перспективным и результативным процессом, приносящим результаты. Однако из-за существующих на сегодняшний день проблем в спортивной сфере России данный процесс следует проводить крайне осторожно, чтобы он не оказал отрицательного эффекта на развитие отдельных видов спорта и спортивной индустрии в целом.

Научный руководитель работы:

*Иванова Юлия Олеговна, преподаватель
Департамента менеджмента, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Россия, г. Москва*

Литература

1. Закон Российской Федерации от 19.04.2002 года N 62-ФЗ «О гражданстве Российской Федерации» (В ред. Федер. законов от 19.07.2017 N 243-ФЗ) // Российская газета. – 2002. – N 182. – 21 сентября.
2. Леднев В.А. Менеджмент в индустрии спорта. Выпуск 1. – М.: Издательский дом университета «Синергия», 2016. – 624 с.
3. Горохов В.А., Яковлева Г.С. Натурализация спортсменов и национальное строительство в контексте XXII зимних Олимпийских Игр в Сочи // Управленческое консультирование. – N 2. – 2015. – С. 126-134.
4. Фомин Ю.А. Проблемы натурализации спортсменов // Теория и практика физической культуры. – N 7. – 2015. – С. 62-65.
5. Натурализация спортсменов или как спасают российский спорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naukarus.com/> (дата обращения: 12.03.2018).

Прискокова Т.В.

студентка Факультета
международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве РФ,
Россия, г. Москва
tanya.priskokova@mail.ru

**Организационные и правовые аспекты развития
молодежного спорта среди инвалидов и людей с
ограниченными возможностями здоровья**

Аннотация

В статье декларируется, что проблему адаптации и социализации инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья можно решить посредством всесторонней поддержки их занятий физической культурой и спортом. Анализируются правовые и организационные аспекты поддержки и развития спорта среди людей с ограниченными возможностями здоровья.

Ключевые слова

реабилитация инвалидов, социализация инвалидов, инвалидный спорт, иппотерапия

Priskokova T.V.

student of the Faculty of
International Tourism, Sports and
hotel business, Financial
University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
tanya.priskokova@mail.ru

**Organizational and legal aspects of the development of
youth sports among disabled people and people with
disabilities**

Abstract

The article declares that the problem of adaptation and socialization of disabled people and people with disabilities can be solved through comprehensive support for their physical education and sports. Legal and organizational aspects of support and development of sports among people with disabilities are analyzed.

Keywords

rehabilitation of disabled people, socialization of disabled people, invalid sports, hippotherapy

Введение

Процентный показатель количества людей с ограниченными возможностями здоровья составляет около 15% населения всего земного шара (а это более 1 миллиарда человек) по данным первого в истории Всемирного доклада об инвалидности [3]. Данный показатель продолжает неуклонно расти.

Люди с ограниченными возможностями здоровья (далее – люди с ОВЗ), получившие или не получившие определенную категорию инвалидности, безусловно, находятся в трудной жизненной ситуации, что усугубляется жалостливым или даже негативным отношением к ним окружающих. Поэтому им просто необходима социальная адаптация, в ходе которой они могли бы приобретать желаемые навыки, развиваться

и совершенствоваться наравне с окружающими. Наряду с трудоустройством, активной социальной деятельностью и общением в списке занятий, способствующих адаптации людей с ОВЗ, стоят занятия спортом и физической культурой. Ведь это не только средства реабилитации, помогающие восстановить физическую силу и психологическое здоровье, но и основные способы их социального включения.

Английский нейрохирург Людвиг Гуттман является основоположником адаптационного спорта. Именно он в середине XX века, преодолев стереотипы по отношению к людям с физическими недостатками, ввел спорт в процесс реабилитации больных с повреждениями спинного мозга и на практике доказал, что спорт для людей с физическими недостатками создает условия для

успешной жизнедеятельности, восстанавливает психическое равновесие, позволяет вернуться к полноценной жизни, укрепляет физическую силу, необходимую для того, чтобы управляться с инвалидной коляской.

I. Правовые аспекты

Поддержка спорта и физкультуры среди людей с инвалидностью осуществляется на государственном уровне.

Права людей с ОВЗ закреплены в Конституции РФ, а именно в Федеральном законе от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 05.12.2017) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (статьи № 12, № 31), в Приказе Министерства спорта России от 24.08.2015 N 825, Приказе Министерства спорта Российской Федерации от 09.07.2014 № 578, Рекомендациях по использованию спортивной инфраструктуры, утвержденных Приказом Министерства спорта и туризма Российской Федерации от 14.09.2010 № 977.

Далее приведены основные выдержки из выше перечисленных нормативно-правовых документов [1]:

1) физическая реабилитация и социальная адаптация инвалидов и лиц с ОВЗ с использованием методов адаптивной физической культуры и адаптивного спорта осуществляются в реабилитационных центрах, физкультурно-спортивных клубах инвалидов, физкультурно-спортивных организациях;

2) адаптивная физическая культура является частью физической культуры, использующей комплекс эффективных средств физической реабилитации инвалидов и лиц с ОВЗ;

3) спорт инвалидов (адаптивный спорт) направлен на социальную адаптацию и физическую реабилитацию инвалидов и лиц с ОВЗ;

4) развитие спорта инвалидов и лиц с ОВЗ основывается на принципах

приоритетности, массового распространения и доступности занятий спортом;

5) для инвалидов и лиц с ОВЗ, обучающихся в соответствующих образовательных организациях, организуются занятия с использованием средств адаптивной физической культуры и адаптивного спорта с учетом индивидуальных способностей и состояния здоровья таких обучающихся;

6) федеральный орган исполнительной власти в области физической культуры и спорта, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления совместно с общественными объединениями инвалидов способствуют интеграции инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в систему физической культуры, физического воспитания и спорта посредством физкультурно-спортивных организаций.

II. Организационные аспекты

В последние годы спорт инвалидов стал набирать значительную известность и популярность. Проводятся многочисленные чемпионаты и соревнования по различным видам спорта.

Несмотря на то, что регионы Российской Федерации активно продвигают физическую культуру и спорт для инвалидов и людей с ОВЗ, эта деятельность носит в большей степени локальный характер. Большая часть занятий сконцентрирована на медицинской стороне физической культуры, и меньшая - на социальной интеграции через занятия спортом.

Обозначенные в Конституции РФ права на деле выполняются на базе специально созданных для этого организаций:

– Всероссийское общество инвалидов (ВОИ);

– Паралимпийский комитет России;

– Российский спортивный союз инвалидов (единоличным учредителем которого является ВОИ);

– региональные государственные центры адаптивного спорта, учреждаемые региональными комитетами спорта;

– коммерческие спортивные организации для инвалидов.

Рассмотрим основной спектр предоставляемых услуг на примере Российской благотворительной общественной организации «Московский конноспортивный клуб инвалидов».

Московский конноспортивный клуб инвалидов (далее – МККИ) – это ведущая российская спортивная организация, которая использует иппотерапию в реабилитационных целях [4].

Деятельность Клуба направлена на поддержку инвалидов и семей с детьми инвалидами. Обеспечение надлежащих условий, способствующих интеграции детей и подростков инвалидов в общество наряду со своими сверстниками – есть приоритетная задача Клуба.

На сегодняшний день в МККИ занимаются по программе комплексной реабилитации не только взрослые, но и дети-инвалиды с такими заболеваниями, как ранний детский аутизм, синдром Дауна, детский церебральный паралич, олигофрения, слепота. Принимаются люди с последствиями черепно-мозговых и спинномозговых травм, ампутацией конечностей.

Иппотерапия и лечебная верховая езда (ЛВЕ) являются приоритетными услугами, предоставляемыми МККИ. Именно ЛВЕ является высокоэффективным методом реабилитации и социальной адаптации инвалидов более чем в сорока странах мира. Клуб является членом Международной федерации верховой езды для инвалидов (FRDI), Американской ассоциации верховой езды для инвалидов (NARHA), Федерации конного спорта

России и Федерации физкультуры и спорта инвалидов Москвы.

МККИ – постоянный организатор Московских, Российских и Международных турниров по конному спорту среди инвалидов. В них принимают участие люди не только из разных уголков нашей страны, но и из зарубежья.

Программа реабилитации, проводимая в МККИ, содержит широкий и разнообразный комплекс услуг, включающий в себя иппотерапию, физические упражнения, игры, обучение уходу за лошадьми и другими животными, организацию и участие в национальных и международных конных соревнованиях для инвалидов, организацию национальных и международных верховых туров для инвалидов, психологическую и педагогическую поддержку семей, летние реабилитационные лагеря, профессиональное обучение и развитие профессиональных навыков.

Заключение

В связи с постоянным ростом численности населения с ограниченными возможностями здоровья, от государства требуется усиление мер, направленных на обеспечение их прав и свобод. Это касается и права на занятия физической культурой и спортом, которые положительно влияют на физическое и психологическое здоровье людей с ОВЗ.

В своих исследованиях ученые не раз отмечали стремление инвалидов и людей с ОВЗ к самостоятельности в своих действиях и удовлетворению своих потребностей (в том числе потребности в физических нагрузках) наравне с людьми без ограниченных возможностей здоровья [2].

Современные развитые и развивающиеся страны стараются уделять этому особое внимание, действуя в интересах своих граждан, принимают соответствующие законы, поддерживающие положение данной

группы населения. При непосредственном содействии государственных органов создаются специализированные организации, оказывающие инвалидам и людям с ОВЗ спортивные услуги, необходимые не только для реабилитации, но и для реализации их потенциала в обществе.

Научный руководитель работы:

Артемяева Ольга Александровна, к.э.н., доцент, Департамент менеджмента, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

8. Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Политика инвалидности: Социальное гражданство инвалидов в современной России. – Саратов: Изд-во «Научная книга», 2010.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993), (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // Российская газета
2. Mercer J. Labelling the Mentally Retarded. In: Social Problems. 2014. Vol. 13. No I.
3. Всемирный доклад об инвалидности [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения. – Режим доступа: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/ru/ (дата последнего обращения: 27.02.18).
4. Региональная благотворительная общественная организация "Московский конноспортивный клуб инвалидов" [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hippotherapy.ru/> (дата последнего обращения: 27.02.18).
5. Дмитриев В.С. Адаптивная физическая реабилитация: диссертация доктора педагогических наук - Москва, 2003.
6. Иппотерапия. Инвалидный конный спорт. Опыт и перспективы: материалы Международной научно-практической конференции / Нац. Федерация лечебной верховой езды и инвалидного конного спорта. - Санкт-Петербург : ЛЕМА, 2015.
7. Исаков Э.В. Роль спорта в жизни человека с ограниченными возможностями - Ханты-Мансийск: Информационно-издательский центр, 2013

СИЛА систем

Междисциплинарный научный журнал. Выходит четыре раза в год

№2 / 2018

Главный редактор:

Ермаков И.А.

Редакция:

Петухов Д.В., заместитель главного редактора

Белова С.С.

Филиппов Е.Е.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Аникин Б.А.

Канке А.А.

Петухов В.И.

Аверин А.В.

Орчаков О.А.

Скворцов Я.Л.

Грязнов Л.Э.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77 - 64443 от 31 декабря 2015 г.

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Статьи, поступающие в редакцию, проходят рецензирование. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 115054, Россия, г. Москва, Озерковская набережная, д. 44, кв. 9,
фактический: 115054, Россия, г. Москва, Озерковская набережная, д. 44, кв. 9.

Email: petdan@mail.ru, ermakov@7pravil.ru

Учредитель и издатель:

редакция журнала «СИЛА систем»

Подп. в печ. 18.07.2018. Формат 60х90/8. Объем 8,75 п.л.

Бумага офисная. Печать цифровая. Гарнитура Times.

Уч.-изд. л. 4,97. Тираж 1000 экз. (1-й завод 30 экз.) Заказ № 728.

Отпечатано с готового оригинал-макета в Издательском доме ФГБОУВО «ГУУ»: 109542,

Москва, Рязанский проспект, 99, Учебный корпус, ауд. 106

Тел./факс: (495) 371-95-10. E-mail: id@guu.ru, roguu115@gmail.com

www.id.guu.ru, www.guu.ru